



TUGAS AKHIR 141501

DESAIN INTERIOR POP! HOTEL KEMANG SEBAGAI *BUDGET-BUSINESS HOTEL* DENGAN TEMA *OLD BATAVIA*

TIARA SHARIFA

NRP. 3412100088

Dosen Pembimbing:

Dr. Mahendra Wardhana, ST., MT.

DEPARTEMEN DESAIN INTERIOR

Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan

Institut Teknologi Sepuluh Nopember

Surabaya 2017



FINAL PROJECT 141501

**INTERIOR DESIGN OF POP! HOTEL KEMANG AS A BUDGET-BUSINESS
HOTEL WITH OLD-BATAVIA THEME**

TIARA SHARIFA
NRP. 3412100088

Advisor:
Dr. Mahendra Wardhana, ST., MT.

DEPARTEMENT OF INTERIOR DESIGN
Faculty of Civil Engineering and Planning
Institut Teknologi Sepuluh Nopember
Surabaya 2017

LEMBAR PENGESAHAN
DESAIN INTERIOR POP! HOTEL KEMANG SEBAGAI *BUDGET-BUSINESS* HOTEL DENGAN TEMA OLD-BATAVIA

TUGAS AKHIR

Disusun untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Teknik
Pada
Jurusan Desain Interior
Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan
Institut Teknologi Sepuluh Nopember

Oleh :

TIARA SHARIFA
NRP 3412100088

Disahkan oleh Pembimbing Tugas Akhir :



Dr. Mahendra Wardhana, S.T., M.T.
NIP 196511091990022001



SURABAYA,
JULI 2017

DESAIN INTERIOR POP! HOTEL KEMANG SEBAGAI *BUDGET-BUSINESS HOTEL* DENGAN TEMA *OLD-BATAVIA*

Nama Mahasiswa : Tiara Sharifa

NRP : 3412100088

Dosen Pembimbing : Dr. Mahendra Wardhana, ST., MT.

ABSTRAK

Semakin berkembangnya kota Jakarta dari waktu ke waktu, sebagai pusat pemerintahan dan bisnis di Indonesia, serta juga sebagai salah satu pilihan tempat berwisata yang cukup lengkap menyebabkan bisnis *hospitality* tumbuh subur di kota Jakarta. Jumlah wisatawan yang terus bertambah setiap tahunnya tentunya diikuti oleh perkembangan pembangunan hotel untuk mengakomodasi jumlah wisatawan yang berdatangan ke kota Jakarta. Berkaca dari tren yang sedang populer, maka bisnis properti hotel *budget*, *hostel*, dan *guest house* tumbuh sangat subur di hampir setiap sudut kota Jakarta sehingga menciptakan iklim persaingan bisnis yang cukup keras. Beberapa langkah dilakukan hotel untuk membuat ciri yang berbeda dari yang lain, tidak sekedar memperhatikan dari segi pelayanannya saja, tetapi juga dengan cara menghadirkan suasana yang tidak saja nyaman serta mempunyai tema dan konsep tertentu.

Objek desain yakni POP! Hotel Kemang, sebuah Budget hotel di kota Jakarta yang mulai beroperasi sejak tahun 2013. Riset mengenai konsep desain telah dilakukan oleh penulis untuk menentukan konsep desain yang sesuai untuk diaplikasikan pada POP! Hotel Kemang. Konsep yang akan diterapkan yakni, konsep *old-batavia* dengan nuansa urban modern yang sesuai dengan *brand image* dari POP! Hotel itu sendiri diharapkan menjadi alternatif untuk menciptakan gubahan interior hotel budget yang menarik serta dapat menunjang kegiatan para business traveler yang mengunjungi hotel.

Kata kunci: *Brand image; Budget-business hotel; old-batavia; POP! Hotel Kemang.*

INTERIOR DESIGN OF POP! HOTEL KEMANG AS A BUDGET-BUSINESS HOTEL WITH OLD-BATAVIA THEME

Student Name : Tiara Sharifa

NRP : 3412100088

Advisor : Dr. Mahendra Wardhana, ST., MT.

ABSTRACT

The development of the city of Jakarta from time to time as a capital of government and business in Indonesia, as well as one of many tourism destinations that has a quite comprehensive facility, made the hospitality business is well evolved in Jakarta. Each year, the increasing number of travelers always followed by the expansion of hotel construction to accommodate the tourist whom visiting Jakarta. Reflecting upon the popular trends, budget hotels, hostels, and guest house businesses are thriving in almost every corner of Jakarta, creating a pretty tough business competition. A few steps taken by the hotel's management to make a distinctive characteristic of their hotels from the others, not only the service itself, but also presenting an atmosphere that is comfortable, yet have a certain themes and concepts.

The design object is POP! Hotel Kemang, a Budget hotel in the city of Jakarta which began operating since 2013. Research on the concept of design has been done by the author to determine the appropriate design concept applied onto POP! Hotel Kemang. The concept which will be applied is old-batavia with modern urban nuances that match the brand image of POP! hotel itself, and expected to be an alternative to create an attractive interior composition and can support the activities of business travelers whom visiting the hotel.

Kata kunci: *Brand image; Budget-business hotel; old-batavia; POP! Hotel Kemang.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat yang telah diberikan untuk penulis sehingga dapat menyelesaikan penulisan laporan Tugas Akhir yang merupakan salah satu prasyarat kelulusan di Jurusan Desain Interior, Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan, Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya.

Penyusunan laporan ini tidak lepas dari semua pihak yang turut membantu, mendukung, membimbing, serta memberikan kepercayaan selama berlangsungnya penulisan laporan ini. Dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT, Tuhan semesta alam yang telah memberikan berkatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan program Mata Kuliah Tugas Akhir hingga menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini;
2. Kedua Orang Tua penulis, khususnya Mama yang telah memberikan dukungan baik moral maupun finansial yang tanpa batas dalam penyelesaian Tugas Akhir ini;
3. Yunita Indrasti R.V, ST., M.Si, yang telah banyak membantu penulis dalam mendapatkan data selama penulisan Tugas Akhir;
4. Dr. Mahendra Wardhana, ST., MT. selaku Dosen Pembimbing mata kuliah Tugas Akhir;
5. Lea Kristina A, ST., M.Ds , Aria Weny A., ST, M.MT , dan Caesario AB., ST, MT selaku dosen penguji mata kuliah Tugas Akhir;
6. Teman-teman Interior 2012 dan 2013 yang telah membantu dan memberikan motivasi; Kedua orang tua yang memberikan saran, dorongan, serta doa;
7. Teman-teman LA2013 PSM ITS, khususnya Putu Sadhvi Sita, Dewi Maya Fitriana, dan Zikrina Istigfarah yang selalu memotivasi penulis;
8. Teman-teman PENTOL, atas hiburan yang diberikan saat penulis sedang suntuk;
9. Fadhila Rizky Findasari, Indira Khayam, I Dewa Made Amertha Sanjiwani, Alif Prabawa Arwananda, dan Rianjar Hakim, atas gosip dan humor receh yang sangat tidak berfaedah namun menghibur;
10. Dandy Faishal Sarwanto Putra, atas dukungan moral dan motivasi serta tempat berkeluh kesah selama penulisan Tugas Akhir ini.

Laporan Mata Kuliah Tugas Akhir ini masih memiliki kekurangan yang perlu diperbaiki maka dari itu kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan. Walaupun laporan ini masih jauh dari sempurna tapi diharapkan dapat menjadi manfaat bagi penulis serta para pembacanya. Akhir kata penulis mengucapkan maaf dan terima kasih.

Surabaya, 30 Juli 2017

Tiara Sharifa

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan dan Manfaat.....	3
1.3.1 Tujuan.....	3
1.3.2 Manfaat.....	4
1.4 Lingkup Desain	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Hotel	7
2.1.1 Pengertian Hotel Secara Umum	7
2.1.2 Penggolongan Hotel	8
2.1.3 Pengertian Budget Hotel.....	11
2.1.4 Elemen Pembentuk Ruang Interior.....	11
2.2 Kajian Tema Desain	12
2.2.1 Kajian Pustaka Urban Modern	12
2.2.2 Kajian Pustaka Old Batavia.....	16
2.3 Studi Khusus.....	22
2.3.1 Studi Pencahayaan.....	22
2.3.2 Studi Sirkulasi Ruangan	24
2.3.3 Studi Kebisingan	25
2.3.4 Studi Material Peredam Bunyi	27

2.4	Studi Antropometri	30
2.4.1	Cafe	30
2.4.2	Kamar Hotel	31
2.4.3	Lobby	31
2.5	Analisa Eksisting POP! Hotel Kemang	33
2.5.1	Lokasi	33
2.5.2	Corporate Profile	33
2.5.3	Analisa Layout Eksisting	37
2.5.4	Analisa Fungsi Ruang	38
2.5.5	Karakteristik Pengunjung POP! Hotel Kemang	40
2.6	Studi Pembandingan	41
2.6.1	Old Batavia Capsule Hotel, Jakarta	41
2.6.2	GAIA Cosmo Hotel, Yogyakarta	42
BAB III METODE DESAIN		45
3.1	Tahapan Rencana Penelitian	45
3.2	Metode Pengumpulan Data	47
3.2.1	Data Primer	47
3.2.2	Data Sekunder	48
3.3	Metode Analisa Data	48
3.4	Tahapan Desain	49
BAB IV ANALISA DAN KONSEP DESAIN		51
4.1	Karakteristik Pengunjung POP! Hotel Kemang	51
4.2	Studi Ruang	52
4.3	Hubungan Ruang	55
4.3.1	Konsep Hubungan Ruang	55
4.3.2	Bubble Diagram	56
4.4	Analisa Riset	56
4.5	Konsep Makro	67
4.6	Konsep Mikro	67
4.6.1	Konsep Dinding	68
4.6.2	Konsep Lantai	69
4.6.3	Konsep Plafon/ <i>Ceiling</i>	69

4.6.4	Konsep Furnitur	70
4.6.5	Konsep Pencahayaan	70
4.6.6	Konsep Elemen Estetis	72
4.6.7	Konsep Penghawaan	73
4.6.8	Konsep Warna	73
BAB V	PROSES DAN HASIL DESAIN	75
5.1	Alternatif Layout	75
5.1.1	Alternatif Layout 1	76
5.1.2	Alternatif Layout 2	76
5.1.3	Alternatif Layout 3	77
5.1.4	<i>Weighted Method</i>	78
5.2	Pengembangan Alternatif Layout Terpilih	78
5.3	Pengembangan Desain Ruang Terpilih 1	80
5.3.1	Layout Furnitur	80
5.3.2	Suasana Ruang	81
5.3.3	Elemen Furnitur dan Estetis	82
5.4	Desain Ruang Terpilih 2	83
5.4.1	Layout Furnitur Ruang Terpilih 2	83
5.4.2	Suasana Ruang	83
5.4.3	Elemen Furnitur dan Estetis	84
5.5	Desain Ruang Terpilih 3	85
5.5.1	Layout Furnitur Ruang Terpilih 3	85
5.5.2	Suasana Ruang	86
5.5.3	Elemen Furnitur dan Estetis	87
BAB VI	PENUTUP	89
6.1	Kesimpulan	89
6.2	Saran	90
DAFTAR PUSTAKA		x
BIOGRAFI PENULIS		xiii

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Ruangan dengan Tema Interior Urban Modern.....	13
Gambar 2.2 Furnitur modern	13
Gambar 2.3 Ruangan open space plan.....	14
Gambar 2.4 Contoh warna dan karya seni.....	15
Gambar 2.5 Daylighting dan ambience lighting.....	15
Gambar 2.6 Leveling	16
Gambar 2.7 Tampak Depan Fasad Bangunan Museum Fatahillah	17
Gambar 2.8 Peta Batavia dengan Bentengnya (Kasteel) pada Tahun 1667	18
Gambar 2.9 Tampak depan Museum Fatahillah, Menara Syahbandar, Stasiun Jakarta Kota, Museum Wayang dan Jembatan Kota Intan	19
Gambar 2.10 Ruang pameran Museum Sejarah Jakarta.....	20
Gambar 2.11 Palet warna kolonial	20
Gambar 2.12 Wall Stencil	21
Gambar 2.13 Kursi lenong, lampu gantung betawi, mural dan pola lantai	21
Gambar 2.14 Panel akustik yang terbuat dari komposit serat eceng gondok	28
Gambar 2.15 Ilustrasi panel dekoratif eceng gondok	29
Gambar 2.16 Double Glass.....	29
Gambar 2.17 Data Antropometri dining spaces	30
Gambar 2.18 Data Antropometri sleeping spaces	31
Gambar 2.19 Data Antropometri reception area	32
Gambar 2.20 Data Antropometri Lobby seating	32
Gambar 2.21 Lokasi POP! Hotel Kemang	33
Gambar 2.22 Logo POP! Hotels.....	34
Gambar 2.23 Tampak Depan Hotel.....	34
Gambar 2.24 Lobby hotel.....	34
Gambar 2.25 Diagram Struktur Organisasi	36
Gambar 2.26 Denah eksisting POP! Hotel Kemang	37
Gambar 2.27 Reception area dan lobby.....	38
Gambar 2.28 Quickbite Cafe	39
Gambar 2.29 Meeting Room dan Prefunction.....	39
Gambar 2.30 Double bedroom dan twin bedroom	40

Gambar 2.31 Fasilitas Old-Batavia Capsule Hotel.....	41
Gambar 2.32 Suasana interior Old-Batavia Hotel.....	42
Gambar 2.33 Kamar tidur dan Meeting room GAIA Cosmo Hotel	43
Gambar 2.34 Mood interior GAIA Cosmo Hotel.....	43
Gambar 3.1 Metodologi Desain Objek Riset.....	45
Gambar 3.1 Diagram penelitian.....	46
Gambar 4.1 Matriks Hubungan Ruang.....	56
Gambar 4.2 Buble Diagram.....	56
Gambar 4.3 Diagram Hasil Kuisisioner: Kelompok Usia.....	57
Gambar 4.4 Diagram Hasil Kuisisioner: Pendidikan	58
Gambar 4.5 Diagram Hasil Kuisisioner: Tujuan Menginap	58
Gambar 4.6 Diagram Hasil Kuisisioner: Rekan Menginap.....	59
Gambar 4.7 Diagram Hasil Kuisisioner: Lama Menginap.....	59
Gambar 4.8 Diagram Hasil Kuisisioner: Lama Menginap.....	60
Gambar 4.9 Diagram Hasil Kuisisioner: Faktor Memilih Penginapan	61
Gambar 4.10 Diagram Hasil Kuisisioner: Fasilitas yang Diharapkan	61
Gambar 4.11 Grafik Hasil Kuisisioner: Fasilitas yang harus ada pada Hotel.....	62
Gambar 4.12 Grafik Hasil Kuisisioner: Fasilitas Pendukung yang Diharapkan.....	62
Gambar 4.13 Diagram Hasil Kuisisioner: Pernah atau tidaknya menginap di hotel.....	63
Gambar 4.14 Diagram Hasil Kuisisioner: Jenis Dekorasi Hotel.....	64
Gambar 4.15 Diagram Hasil Kuisisioner: Dekorasi Old Batavia	64
Gambar 4.16 Diagram Hasil Kuisisioner: Persetujuan Tentang Dekorasi Old Batavia....	65
Gambar 4.17 Diagram Hasil Kuisisioner: Pernyataan Persetujuan pengunjung.....	66
Gambar 4.18 Diagram Konsep Mikro	68
Gambar 4.19 Konsep Dinding	68
Gambar 4.20 Konsep Lantai	69
Gambar 4.21 Konsep Plafon.....	69
Gambar 4.22 Konsep furniture	70
Gambar 4.23 Konsep accent lighting	71
Gambar 4.24 Konsep natural lighting	71
Gambar 4.25 Konsep elemen estetis.....	72
Gambar 4.26 Transformasi bentuk dari atap Gedung.....	72

Gambar 4.27 Konsep Warna	73
Gambar 5.1 Alternatif layout 1	76
Gambar 5.2 Alternatif layout 2	76
Gambar 5.3 Alternatif layout 3	77
Gambar 5.4 Pengembangan Layout Terpilih.....	78
Gambar 5.5 Pengembangan Lobby	79
Gambar 5.6 Pengembangan Cafe	80
Gambar 5.7 Layout Ruang terpilih 1	80
Gambar 5.8 3D Ruang Terpilih 1	81
Gambar 5.9 Detail Ruang Terpilih 1	82
Gambar 5.10 Layout Ruang terpilih 2	83
Gambar 5.11 Suasana ruang terpilih 2.....	83
Gambar 5.12 Elemen Furnitur dan Estetis Lobby	84
Gambar 5.13 Transformasi Bentuk Atap.....	85
Gambar 5.14 Layout Double Bedroom	85
Gambar 5.15 Layout Double Bedroom	86
Gambar 5.16 Layout Double Bedroom	87

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 List Penerangan Buatan.....	23
Tabel 2.2 Konfigurasi Jalur Sirkulasi.....	24
Tabel 2.3 Klasifikasi tingkat kebisingan	26
Tabel 2.4 Karakteristik pengunjung	40
Tabel 4.1 Fasilitas yang dibutuhkan pengunjung.....	52
Tabel 4.2 Studi ruang	52
Tabel 5.1 Weighted Method	75
Tabel 5.2 Weighted Method	78



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kota Jakarta merupakan ibukota negara Republik Indonesia. Dengan luas sekitar 661,52 km², dan jumlah penduduk sebanyak 10.187.595 jiwa (hasil sensus BPS tahun 2011). Sebagai pusat bisnis, politik, dan kebudayaan, Jakarta merupakan tempat berdirinya kantor-kantor pusat BUMN, perusahaan swasta, dan perusahaan asing. Jakarta merupakan kota dengan tingkat pertumbuhan ekonomi yang cukup pesat. Saat ini, lebih dari 70% uang negara beredar di Jakarta. Perekonomian Jakarta terutama ditunjang oleh sektor perdagangan, jasa, properti, industri kreatif, dan keuangan.

Kawasan Kemang, Jakarta Selatan merupakan salah satu dari kawasan pendukung sentra bisnis di kota Jakarta. Pada tahun 1998, Gubernur Jakarta, Sutiyoso, mengubah kawasan Kemang menjadi kawasan komersial, dari sebelumnya kawasan perumahan (seperti yang tertera pada *masterplan* kota Jakarta tahun 1985-2005). Karena lokasi yang dekat dengan beberapa kawasan sentra bisnis di Jakarta, seperti Mega Kuningan dan *Sudirman Central Business District* (SCBD), membuat tumbuhnya kawasan ini menjadi kawasan komersial.

Tumbuhnya kawasan Kemang menjadi kawasan komersial, kemudian menarik minat wisatawan untuk berkunjung serta pebisnis untuk menanam modal. Sehingga tidak heran, pada kawasan ini tumbuh subur berbagai macam *shopping area*, *mall*, kafe, restoran, butik, galeri, *artspace* dan tentunya sarana penginapan seperti, hotel.

Hotel adalah salah satu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau keseluruhan bagian untuk jasa pelayanan penginapan, penyedia makanan dan minuman serta jasa lainnya bagi masyarakat umum yang dikelola secara komersil menurut Keputusan Menteri Parpostel no. Km 94/HK103/MPPT 1987. Hotel Bisnis adalah sebuah hotel dengan fasilitas yang menyediakan kemudahan akomodasi bagi para pelaku bisnis dalam melakukan aktifitas bisnisnya. Menurut



Chris Elder (2010), *budget hotel* merupakan sebuah hotel tanpa fasilitas restoran atau fasilitas banquet, dengan layanan dan fasilitas yang ditawarkan untuk hotel ini terbilang sederhana. Namun dalam 10 tahun terakhir, layanan dan fasilitas telah berkembang, dan saat ini jenis fasilitas *budget hotel* dapat mencakup business center, ruang kebugaran, fasilitas *laundry* tamu, dapur *pantry*, kolam renang indoor atau outdoor dan *whirlpool*, serta ruang rapat kecil. Sehingga, *budget-business* hotel adalah sebuah hotel yang bertarif ekonomis namun tetap memberikan fasilitas yang dapat menunjang kegiatan bisnis para tamu seperti, ruang pertemuan, komputer PABX, Fax telepon, dan lain-lain. Fasilitas pelayanan haruslah praktis dan ekonomis, mengingat karakteristik tamu yang sangat memperhitungkan nilai waktu dan uang yang dikeluarkan.

Old Batavia atau Kota Tua Jakarta, juga dikenal dengan sebutan Batavia Lama (*Oud Batavia*), adalah sebuah wilayah kecil di Jakarta, Indonesia. Wilayah khusus ini memiliki luas 1,3 kilometer persegi melintasi Jakarta Utara dan sebagian Jakarta Barat. Kawasan tersebut saat ini, telah direvitalisasi dan merubah fungsi bangunan yang telah ada. Kebanyakan bangunan bergaya kolonial dan beberapa bangunan, seperti bangunan Toko Merah terdapat campuran gaya interior pecinan. Sebagai salah satu ikon wisata di kota Jakarta, sampai saat ini kawasan Kota Tua masih menjadi salah satu daya tarik wisatawan yang datang dari dalam maupun luar negeri karena keindahan dan keunikan suasananya.

Objek desain, yaitu POP! Hotel Kemang merupakan sebuah *budget hotel* andalan dari TAUZIA Hotel Management. Tingginya persaingan bisnis antara POP! Hotel Kemang dan hotel-hotel lain yang setara dan berada di kawasan yang sama, menuntut POP! Hotel Kemang untuk terus melakukan perbaikan dan inovasi sehingga dapat menarik minat konsumen. Salah satu masalah yang dihadapi oleh POP! Hotel Kemang adalah masalah kebisingan. Dengan lokasi yang strategis dan berada pada pusat keramaian di kawasan Kemang, yaitu berada langsung berhadapan dengan Jalan Raya Kemang yang memiliki tingkat kepadatan lalu lintas yang tinggi serta diapit oleh bar dan restoran pada sisi kanan dan kiri bangunan tentunya cukup mengganggu kenyamanan para tamu hotel.



Pertumbuhan eceng gondok yang tidak terkendali merupakan salah satu kendala terbesar yang terjadi di kota Jakarta. Dengan banyaknya dampak negatif yang dapat ditimbulkan oleh eceng gondok maka dibutuhkan penanganan khusus, yang kemudian akan menimbulkan limbah eceng gondok.

Untuk menanggulangi hal tersebut, maka limbah eceng gondok diolah menjadi material akustika untuk menyelesaikan masalah kebisingan yang terjadi pada POP! Hotel Kemang.

Dari uraian di atas, dirasa perlu untuk menciptakan sebuah *budget business* hotel yang dapat mewadahi aktivitas pebisnis serta wisatawan, dengan tema *old Batavia*, sehingga tamu dapat merasakan atmosfer suasana kota Jakarta tempo dulu dengan segala kekhasan karakteristiknya, dan diharapkan langkah seperti ini dapat turut melestarikan warisan budaya kota Jakarta. Selain itu, dapat mengatasi permasalahan kebisingan sehingga dapat memberikan kenyamanan bagi aktivitas para tamu. Selain itu, untuk memanfaatkan limbah eceng gondok yang melimpah di kota Jakarta.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, dapat ditemukan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana menerapkan unsur tema *old Batavia* pada interior POP! Hotel Kemang agar dapat menjadi sebuah media pengenalan budaya lokal kota Jakarta?
2. Bagaimana mengemas tema *old Batavia* pada interior POP! Hotel Kemang agar sesuai dengan *brand image* dari POP! Hotel?
3. Bagaimana menyelesaikan masalah kebisingan yang terjadi di POP! Hotel Kemang?

1.3 Tujuan dan Manfaat

1.3.1 Tujuan

Tujuan perancangan ini adalah sebagai berikut :



1. Untuk dapat mengenalkan kota Jakarta kepada wisatawan domestik maupun asing yang berkunjung ke kota Jakarta dan memberikan kesan yang sangat membekas, sehingga wisatawan mau berkunjung kembali.
2. Untuk dapat mengemas tema *old Batavia* pada interior POP! Hotel Kemang agar sesuai dengan *brand image* dari POP! Hotel.
3. Sebagai *budget business hotel* yang kondusif dengan *active noise reduction* pada bagian interior ruangnya sehingga dapat memberikan kenyamanan bagi aktivitas para tamu.
4. Mampu menghasilkan karya desain yang baik dan lengkap serta mampu dipertanggung jawabkan kelayakannya. Karya desain itu berupa konsep desain, gambar kerja, gambar desain, RAB, serta maket (model 3d) yang nantinya dapat dipresentasikan dengan baik kepada client/pemilik project.

1.3.2 Manfaat

Manfaat yang sekiranya akan didapatkan dari hasil perancangan ini adalah sebagai berikut :

1. Memberikan referensi desain untuk proyek properti serupa, seperti hotel.
2. Menambah wawasan akan desain interior hotel, khususnya POP! Hotel Kemang, Jakarta.
3. Terciptanya sebuah desain interior hotel yang mampu merepresentasikan suasana kota Jakarta pada masa kejayaan kolonial Belanda sehingga mampu menjadi salah satu *budget hotel* yang memiliki keunikan tersendiri dibandingkan hotel serupa dikelasnya.
4. Terciptanya sebuah desain interior hotel yang mampu mengatasi permasalahan bangunan eksisting, seperti kebisingan, ergonomi, dan sirkulasi.



1.4 Lingkup Desain

Output desain hanya merupakan rancangan desain dan tidak diwujudkan secara nyata namun dapat dijadikan sebagai inovasi dan bahan referensi untuk studi-studi selanjutnya.

Ruangan yang akan didesain hanya difokuskan pada ruang kamar, lobi, café, dan *meeting room*. Selain itu, desain tidak merubah struktur bangunan dan konsep desain hanya dibatasi pada urban modern dengan tema *old-batavia*, yang sebelumnya telah didapatkan melalui hasil riset.



(Halaman ini sengaja dikosongkan)



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Hotel

2.1.1 Pengertian Hotel Secara Umum

Pengertian Hotel menurut Hotel Proprietors Act, 1956 (Sulatiyono, 1999:5) adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan makanan, minuman, dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang sedang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus (perjanjian membeli barang yang disertai dengan perundingan sebelumnya). Berdasarkan Surat Keputusan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi No. KM. 37/PW.304/MPPT-86 : Hotel sebagai jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian besar atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa penginapan, makan dan minum serta jasa lainnya bagi umum, yang dikelola secara komersial. Definisi hotel menurut Webster New World Dictionary *“Hotel as a commercial establishment providing lodging and usually meals and other services for the public, especially for travels.”* (Fred R. Lawson, 1988). Yang artinya hotel adalah suatu bangunan yang menyediakan jasa penginapan, makanan, minuman, serta pelayanan lainnya untuk umum yang dikelola secara komersial terutama untuk para wisatawan. Sedangkan pengertian yang dimuat oleh Grolier Electronic Publishing Inc. (1995) yang menyebutkan bahwa : Hotel adalah usaha komersial yang menyediakan tempat menginap, makanan, dan pelayanan-pelayanan lain untuk umum. Maka dari beberapa pernyataan itu dapat disimpulkan bahwa hotel adalah suatu akomodasi yang menyediakan jasa penginapan, makan, minum, dan bersifat umum serta fasilitas lainnya yang memenuhi syarat kenyamanan dan dikelola secara komersial.

Fungsi hotel sebagai bangunan komersial sangat terkait dengan tiga aspek yaitu: aspek penjual, aspek pembeli dan aspek produk yang diperjualbelikan (jasa penginapan). Yang terjadi saat ini, para pengelola hotel mulai memperhatikan



aspek di luar tiga aspek tersebut. Dalam usahanya untuk menciptakan dan mendukung fungsi dasar hotel sebagai wadah/ tempat menginap, setiap hotel merencanakan hal-hal yang berkaitan dengan fisik hotel tersebut supaya dapat menjadi tempat yang nyaman dan menyenangkan pengunjungnya. Hal ini diwujudkan melalui elemen-elemen perancangan arsitektur, eksterior dan interiornya. Dari elemen-elemen perancangan itulah akan tercipta suatu kesan secara keseluruhan yang merepresentasikan karakter/ciri hotel seperti yang diinginkan oleh pihak hotel dan bisa diterima pengunjungnya.

2.1.2 Penggolongan Hotel

Pemerintah telah menetapkan kualitas dan kuantitas hotel yang menjadi kebijaksanaan yang berupa standar jenis klasifikasi yang ditujukan serta berlaku bagi suatu hotel. Penentuan jenis hotel berdasarkan letak, fungsi, susunan organisasinya dan aktifitas penghuni hotel sesuai dengan SK Menteri Perhubungan RI No. 241/4/70 tanggal 15 Agustus 1970. Hotel digolongkan atas :

- 1) Residential Hotel, yaitu hotel yang disediakan bagi para pengunjung yang menginap dalam jangka waktu yang cukup lama. Tetapi tidak bermaksud menginap. Umumnya terletak dikota, baik pusat maupun pinggir kota dan berfungsi sebagai penginapan bagi orang-orang yang belum mendapatkan perumahan dikota tersebut.
- 2) Transietal Hotel, yaitu hotel yang diperuntukkan bagi tamu yang mengadakan perjalanan dalam waktu relative singkat. Pada umumnya jenis hotel ini terletak pada jalan jalan utama antar kota dan berfungsi sebagai terminal point. Tamu yang menginap umumnya sebentar saja, hanya sebagai persinggahan.
- 3) Resort Hotel, yaitu diperuntukkan bagi tamu yang sedang mengadakan wisata dan liburan. Hotel ini umumnya terletak didaerah rekreasi/wisata. Hotel jenis ini pada umumnya mengandalkan potensi alam berupa view yang indah untuk menarik pengunjung.

Penentuan jenis hotel yang didasarkan atas tuntutan tamu sesuai dengan



keputusan Menteri Perhubungan RI No.PM10/PW.301/phb-77, dibedakan atas:

- 1) Business hotel, yaitu hotel yang bertujuan untuk melayani tamu yang memiliki kepentingan bisnis.
- 2) Tourist hotel, yaitu bertujuan melayani para tamu yang akan mengunjungi objek objek wisata.
- 3) Sport hotel, yaitu hotel khusus bagi para tamu yang bertujuan untuk olahraga atau sport
- 4) Research hotel, yaitu fasilitas akomodasi yang disediakan bagi tamu yang bertujuan melakukan riset.

Sedangkan penggolongan hotel dilihat dari lokasi hotel menurut Keputusan Dirjen Pariwisata terbagi menjadi dua, yaitu :

- 1) Resort hotel (pantai/gunung), yaitu hotel yang terletak didaerah wisata, baik pegunungan atau pantai. Jenis hotel ini umumnya dimanfaatkan oleh para wisatawan yang datang untuk wisata atau rekreasi.
- 2) City hotel (hotel kota), yaitu hotel yang terletak diperkotaan, umumnya dipergunakan untuk melakukan kegiatan bisnis seperti rapat atau pertemuan-pertemuan perusahaan. Penggolongan berbagai jenis hotel serta bentuk akomodasi tersebut pada dasarnya tidak merupakan pembagian secara mutlak bagi pengunjung. Dapat juga terjadi overlapping yaitu saling menggunakan satu dengan yang lainnya, misalnya seorang turis tidak akan ditolak jika ingin menginap pada sebuah city hotel, ataupun sebaliknya.

Rincian klasifikasi hotel berdasarkan bintang (Ir. Endar Sugiarto, B.A. dan Sri Sulatiningrum, B.A., 2001, Pengantar Akomodasi dan Restoran) antara lain :

Klasifikasi hotel berbintang satu (*)

Persyaratan :

- a. Jumlah kamar standar minimum 15 kamar
- b. Kamar mandi di dalam
- c. Luas kamar standar minimum 20m²

Klasifikasi hotel berbintang dua (**)



Persyaratan :

- a. Jumlah kamar standar minimum 20 kamar
- b. Kamar suite minimum 1 kamar
- c. Kamar mandi di dalam
- d. Luas kamar standar minimum 22m²
- e. Luas kamar suite minimum 44m²

Klasifikasi hotel berbintang tiga (***)

Persyaratan :

- a. Jumlah kamar standar minimum 30 kamar
- b. Jumlah kamar suite minimum 2 kamar
- c. Kamar mandi di dalam
- d. Luas kamar standar minimum 24m²
- e. Luas kamar suite minimum 48m²

Klasifikasi hotel berbintang empat (****)

Persyaratan :

- a. Jumlah kamar standar minimum 50 kamar
- b. Jumlah kamar suite minimum 3 kamar
- c. Kamar mandi di dalam
- d. Luas kamar standar minimum 24m²
- e. Luas kamar suite minimum 48m²

Klasifikasi hotel berbintang lima (*****)

Persyaratan :

- a. Jumlah kamar standar minimum 100 kamar
- b. Jumlah kamar suite minimum 4 kamar
- c. Kamar mandi di dalam
- d. Luas kamar standar minimum 26m²
- e. Luas kamar suite minimum 52m²

Sehingga, klasifikasi POP! Hotel Kemang mengacu pada standar hotel bintang 2 dan bintang 3.



2.1.3 Pengertian Budget Hotel

Budget Hotel merupakan salah satu jenis hotel yang mulai berkembang di tengah maraknya pembangunan hotel yang terjadi saat ini. budget hotel adalah hotel yang memberikan layanan standar sesuai yang diperlukan oleh tamu, sehinggamu tidak perlu membayar lebih untuk hal yang tidak mereka perlukan saat berada di dalam hotel. Biasanya, budget hotel dibangun dengan fasilitas dan layanan berkelas. Kelebihan yang dimiliki budget hotel adalah tidak perlu mengeluarkan uang yang terlalu banyak alias mahal hanya untuk menginap di hotel mewah dan berkelas karena saat ini sudah ada budget hotel yang menyediakannya.

Tujuan hotel *budget* adalah untuk menyediakan standar akomodasi dengan harga terjangkau. Menurut Chris Elder (2010), budget hotel merupakan sebuah hotel tanpa fasilitas restoran atau fasilitas banquet, dengan layanan dan fasilitas yang ditawarkan untuk hotel ini terbilang sederhana. Namun dalam 10 tahun terakhir, layanan dan fasilitas telah berkembang, dan saat ini jenis fasilitas budget hotel dapat mencakup business center, ruang kebugaran, fasilitas laundry tamu, dapur pantry, kolam renang indoor atau outdoor dan whirl pool, serta ruang rapat kecil.

Perbedaan utama antara luxury hotel dan budget hotel adalah intensitas kontak antara staff dan tamu. Budget hotel hanya dilakukan ketika check in dan check out sehingga biaya untuk staff dapat diminimalisir. Hotel semacam ini dicari business travelers, yang jumlahnya makin banyak di Indonesia. Budget hotel juga dicari para wisatawan baik domestik maupun asing.

2.1.4 Elemen Pembentuk Ruang Interior

Ruangan interior dibentuk oleh beberapa bidang dua dimensi yaitu lantai dinding plafon serta bukaan pintu dan jendela. Menurut Wicakono dan Tisnawati, apabila salah satu diantaranya tidak ada maka tidak dapat disebut sebagai interior karena ruangan tersebut tidak dapat berfungsi dan dipergunakan dengan baik secara tiga dimensional. Terdapat empat elemen dasar pembentuk interior yang



terdiri dari tiga bidang dimensional yang akan membentuk volume sebuah ruangan;

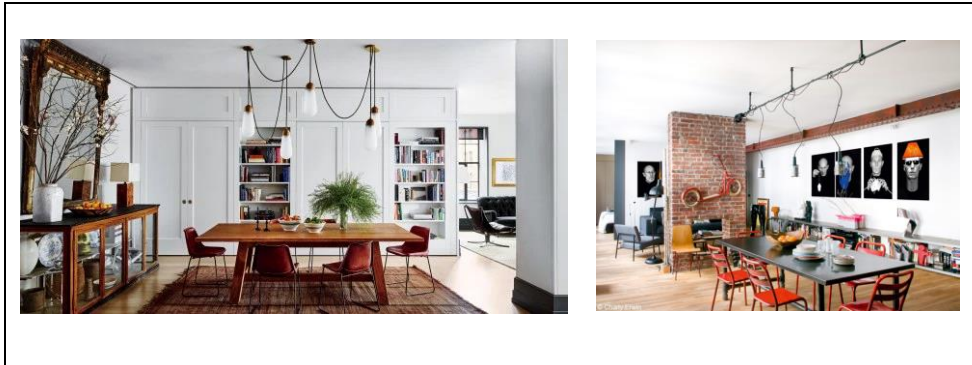
- Lantai sebagai bidang bawah
- Dinding sebagai bidang tengah atau penyekat
- Plafon sebagai bidang atas
- Berbagai bukaan yang dapat diaplikasikan pada bidang tiga dimensional
- Elemen pengisi ruang yang juga disebut furniture

Beberapa kondisi fisik ruangan yang mempengaruhi psikologi adalah ketertutupan ruangan, potensi, dan status sosial. Pertama ketertutupan ruang berimplikasi pada rasa enclosure, perasaan berada di dalam ruangan. Pada lingkungan ruang dalam, posisi pintu dan jendela, kelambu, karpet, lampu dan gambar dapat diperbaiki. Susunan pada masing-masing akan berakibat persepsi keterkurungan, sebagai karakter permukaan yang mengelilingi. Bukaan yang besar menurunkan kesan enclosure dan demikian juga dengan dinding yang ringan, lantai dan plafond (Mikellides, et all 1980: 93). Kedua Potensi merupakan ekspresi dari kekuatan yang inherent, dari dorongan yang potensial, pemandangan pada arsitektur yang monumental tidak hanya mengungkapkan skala yang luas namun juga bentukan yang kasar, material yang kasar, tekstur yang kasar dan warna yang gelap (Mikellides, et all 1980: 94). Ketiga status sosial berarti dan menunjukkan evaluasi dari lingkungan terbangun pada sisi sosio-ekonomi (Mikellides, et all 1980: 95).

2.2 Kajian Tema Desain

2.2.1 Kajian Pustaka Urban Modern

Urban interior berakar dari *loft* para desainer modern di kota besar. Terinspirasi dari lingkungan kosmopolitan, urban modern merupakan pencampuran dari berbagai ciri yang berlawanan maupun saling melengkapi. Modern minimalis, *glamorous chic*, etnik, dan desain eksperimental yang unik semua bercampur dengan tata letak khas abad ke-21.



Gambar 2.1 Ruangan dengan Tema Interior Urban Modern

Sumber : Pinterest

Furniture yang lebih besar seperti sofa dan tempat tidur, cenderung seragam, dengan desain yang modern. Aksen dekoratif pada dekorasi urban sering menuntut ekspresi artistik dan kreatif dengan menambahkan beberapa desain geometris yang elegan, atau barang-barang vintage dengan hiasan tradisional.

Sehingga, karakteristik yang akan diterapkan pada perancangan interior ini, dapat diketahui sebagai berikut;

1. Pemakaian furniture modern : furnitur modern dan minimalis merupakan tampilan idealis dari sebuah gaya urban. Area duduk dengan *clean lines*, dan beberapa item dekoratif merupakan kuncinya. Gunakan bentuk simple dan memberikan banyak *space*.



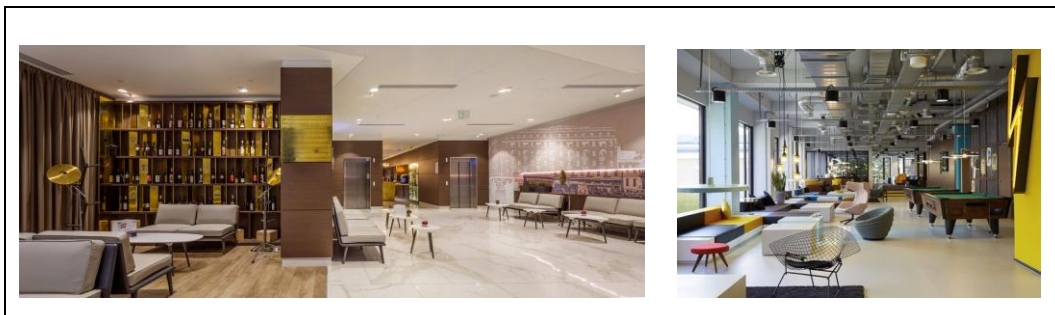
Gambar 2.2 Furnitur modern

Sumber : Pinterest



Sehingga konsep furnitur tersebut akan diterapkan pada seluruh ruangan dan area yang berada di POP! Hotel Kemang.

2. *Open space* berarti minim penyimpanan : lemari dan unit penyimpanan harus rendah atau berada dibalik dinding Manfaatkan bangku multifungsi, bangku penyimpanan dan furnitur yang berfungsi sebagai display dan penyimpanan.

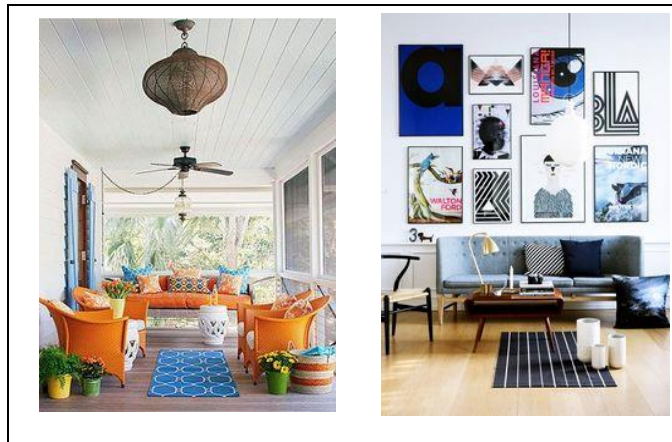


Gambar 2.3 Ruangan *open space plan*

Sumber : Pinterest

Konsep *open space plan* akan diterapkan pada area cafe dan terutama pada area kamar tidur, mengingat luasan ruang yang tidak terlalu besar agar terlihat lebih luas.

3. Warna dan karya seni : urban modern bukan berarti hanya abu-abu dan hitam. Pilih furnitur yang memiliki warna kontras bersama dan karya seni yang berwarna-warni untuk menghiasi dinding. Tambahkan karpet berwarna-warni, bantal dan dekorasi dekoratif untuk meja dan area display.

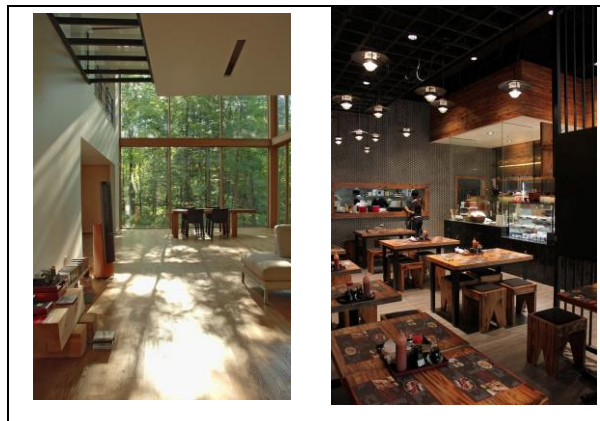


Gambar 2.4 Contoh warna dan karya seni

Sumber : Pinterest

Sehingga pada interior POP! Hotel Kemang akan diterapkan warna cerah yang merupakan brand image dari POP! Hotel sebagai aksesoris pada furnitur dan beberapa elemen estetis, kemudian pada beberapa bagian dinding akan diberi mural.

4. Lighting : penggunaan *daylight* merupakan pilihan utama dalam gaya interior ini. Pada malam hari, dapat menggunakan *ambience lighting*.



Gambar 2.5 *Daylighting* dan *ambience lighting*

Sumber : Pinterest

Penggunaan konsep *daylighting* akan dioptimalkan pada area cafe dan area lobby selain menggunakan *ambience lighting* yang hanya akan



dimaksimalkan pada malam hari untuk mendukung konsep *eco-friendly* yang telah lebih dulu diterapkan pada hotel ini dan sesuai dengan brand image dari POP! Hotel itu sendiri.

5. Pengaplikasian *multi level/leveling* untuk memberikan sekat antar ruang tanpa adanya partisi yang massif.



Gambar 2.6 *Leveling*

Sumber : Pinterest

Konsep *leveling* akan diterapkan pada cafe untuk membatasi area buffet dan area duduk.

Sebuah hotel budget biasanya memiliki citra sebagai sebuah hotel yang tidak menggunakan banyak ornamen, *simple*, *clean looking*, dan minimalis. Sehingga dipilih konsep dekorasi urban modern yang memiliki ciri yang telah disebutkan sebelumnya, serta mencerminkan dinamisnya kehidupan kota.

2.2.2 Kajian Pustaka Old Batavia

Kota Tua Jakarta, juga dikenal dengan sebutan Batavia Lama (*Oud Batavia*), adalah sebuah wilayah kecil di Jakarta, Indonesia. Wilayah khusus ini memiliki luas 1,3 kilometer persegi melintasi Jakarta Utara dan Jakarta Barat (Pinangsia, Taman Sari dan Roa Malaka).



Dijuluki "Permata Asia" dan "Ratu dari Timur" pada abad ke-16 oleh pelayar Eropa, Jakarta Lama dianggap sebagai pusat perdagangan untuk benua Asia karena lokasinya yang strategis dan sumber daya melimpah.



Gambar 2.7 Tampak Depan Fasad Bangunan Museum Fatahillah

Sumber : Google Images

1. Sejarah Kota Tua Jakarta

Tahun 1526, Fatahillah, dikirim oleh Kesultanan Demak, menyerang pelabuhan Sunda Kelapa di kerajaan Hindu Pajajaran, kemudian dinamai Jayakarta. Kota ini hanya seluas 15 hektare dan memiliki tata kota pelabuhan tradisional Jawa. Tahun 1619, VOC menghancurkan Jayakarta di bawah komando Jan Pieterszoon Coen. Satu tahun kemudian, VOC membangun kota baru bernama Batavia untuk menghormati *Batavieren*, leluhur bangsa Belanda. Kota ini terpusat di sekitar tepi timur Sungai Ciliwung, saat ini Lapangan Fatahillah.

Penduduk Batavia disebut "Batavianen", kemudian dikenal sebagai suku "Betawi", terdiri dari etnis kreol yang merupakan keturunan dari berbagai etnis yang menghuni Batavia.



Gambar 2.8 Peta Batavia dengan Bentengnya (*Kasteel*) pada Tahun 1667

Sumber : Wikipedia

Tahun 1635, kota ini meluas hingga tepi barat Sungai Ciliwung, di reruntuhan bekas Jayakarta. Kota ini dirancang dengan gaya Belanda Eropa lengkap dengan benteng (*Kasteel Batavia*), dinding kota, dan kanal. Kota ini diatur dalam beberapa blok yang dipisahkan oleh kanal. Kota Batavia selesai dibangun tahun 1650. Batavia kemudian menjadi kantor pusat VOC di Hindia Timur. Kanal-kanal diisi karena munculnya wabah tropis di dalam dinding kota karena sanitasi buruk. Kota ini mulai meluas ke selatan setelah epidemi tahun 1835 dan 1870 mendorong banyak orang keluar dari kota sempit itu menuju wilayah *Weltevreden* (sekarang daerah di sekitar Lapangan Merdeka). Batavia kemudian menjadi pusat administratif Hindia Timur Belanda. Tahun 1942, selama pendudukan Jepang, Batavia berganti nama menjadi Jakarta dan masih berperan sebagai ibu kota Indonesia sampai sekarang.

Tahun 1972, Gubernur Jakarta, Ali Sadikin, mengeluarkan dekret yang resmi menjadikan Kota Tua sebagai situs warisan. Keputusan gubernur ini ditujukan untuk melindungi sejarah arsitektur kota — atau setidaknya bangunan yang masih tersisa di sana.

Meski dekret Gubernur dikeluarkan, Kota Tua tetap terabaikan. Banyak warga yang menyambut hangat dekret ini, tetapi tidak banyak yang dilakukan untuk melindungi warisan era kolonial Belanda.



2. Gaya Arsitektur Bangunan

Gaya arsitektur yang terdapat pada sebagian besar bangunan di Kota Tua merupakan gaya kolonial yang telah disesuaikan dengan iklim tropis Indonesia. Arsitektur kolonial Belanda di Jakarta dapat ditemui di gedung-gedung seperti rumah atau villa, gereja, gedung pemerintahan, dan perkantoran di kota administratif Jakarta Pusat dan Jakarta Barat.

Pada periode pertama, yaitu Gaya arsitektur periode ini adalah versi tropis dari arsitektur Belanda abad ke-17. Fitur-fitur yang lazim ditemukan adalah jendela *sash* tinggi Belanda dengan penutup ganda, atap gabel, dan dinding berwarna putih koral.



Gambar 2.9 Tampak depan Museum Fatahillah, Menara Syahbandar, Stasiun Jakarta Kota, Museum Wayang dan Jembatan Kota Intan

Sumber : Google Images

3. Bentuk Furniture dan Warna Khas

Bentuk furniture merupakan perpaduan dari gaya Eropa dan pengaruh gaya Indonesia. Kebanyakan menggunakan material kayu jati dengan *finishing* berwarna gelap khas kolonial. Pengaruh budaya Indonesia tampak melalui ornamen ukiran pada beberapa koleksi furniture yang terdapat di Museum Sejarah Jakarta.



One of the showrooms in the Jakarta History Museum also known as the Fatahillah Museum
Jl. Taman Fatahillah 1, West Jakarta | T (62-21) 6929101

Gambar 2.10 Ruang pameran Museum Sejarah Jakarta

Sumber : www.jakarta-tourism.go.id

Warna dominan pada bangunan kolonial biasanya berupa pigmen warna dasar dengan corak (hue) yang lembut dan muted. Warna – warna krem banyak ditemukan pada dinding ruangan, baik interior maupun eksterior. Warna krem ini biasa dipadukan dengan warna cokelat alami dari kayu. Warna lain yang biasa digunakan juga meliputi *deep green*, *mustard yellow*, *barn red*, dan *taupes*.

Union Blue	Barn Red	Dark Umber
Buttercream	Olde Sage	Putty
Farmhouse Tan	Walnut	Antique White
Burgundy	Mustard	Lamp Black

Gambar 2.11 Palet warna kolonial

Sumber : Pinterest

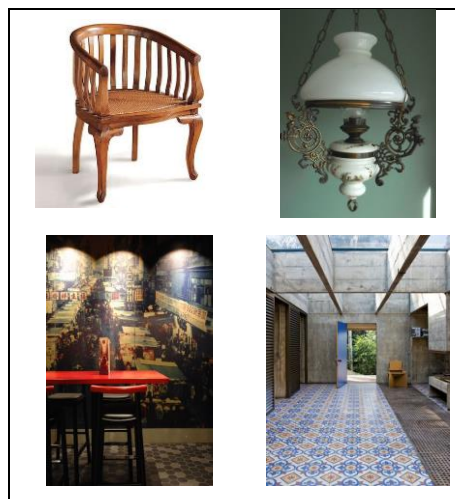
Untuk dindingnya, selain digunakan cat dengan pigmen warna dasar, kita juga bisa menggunakan wallpaper. Namun karena di masa kolonial wallpaper merupakan bahan yang mahal, wall stencil lebih umum digunakan. Motif buah dan bunga adalah motif yang paling banyak dipilih untuk motif wall stencil.



Gambar 2.12 *Wall Stencil*

Sumber : Pinterest

Sehingga pada interior hotel akan diaplikasikan grafis bangunan Museum Fatahillah, Menara Syahbandar, Stasiun Jakarta Kota, Museum Wayang dan Jembatan Kota Intan. Selain itu, untuk memperkuat kesan tema *old Batavia*, akan diaplikasikan furnitur antik betawi dan kolonial pada beberapa bagian ruangan, elemen estetis, mural pada sebagian dinding kafe, serta penggunaan keramik motif tegel pada pola lantai yang juga berfungsi sebagai *wayfinding*.



Gambar 2.13 Kursi lenong, lampu gantung betawi, mural dan pola lantai

Sumber : Pinterest



2.3 Studi Khusus

Berikut merupakan sajian data mengenai studi khusus, yang meliputi studi tentang pencahayaan, akustika ruangan serta sirkulasi ruangan untuk kemudian digunakan sebagai acuan referensi dalam mendesain ruangan pada POP! Hotel Kemang.

2.3.1 Studi Pencahayaan

Pada umumnya, terdapat dua jenis pencahayaan yaitu, pencahayaan alami dan buatan. Terdapat dua jenis pencahayaan alami yaitu *sunlight* dan *daylight*.

1. *Sunlight*: yaitu cahaya matahari langsung, umumnya memiliki intensitas yang tinggi dan sudut penyebaran cahaya yang sempit. Cahaya jenis ini harus selalu dijaga agar jumlahnya tetap terkendali, sehingga tidak menimbulkan silau dan radiasi panas yang terlalu tinggi.
2. *Daylight*: yaitu cahaya matahari tidak langsung yang disebarkan oleh partikel-partikel atmosfer, termasuk awan, umumnya memiliki intensitas yang sedang sampai dengan rendah dan sudut penyebaran cahaya yang lebar (mendekati difus/merata ke segala arah). Cahaya jenis ini umumnya lebih disukai untuk digunakan sebagai pencahayaan alami dalam bangunan, karena tidak terlalu menimbulkan silau dan radiasi panas yang tinggi.

Sedangkan jenis-jenis pencahayaan tidak langsung ialah sebagai berikut,

1. Pencahayaan umum (*general lighting*). Pencahayaan umum adalah pencahayaan yang diterapkan pada suatu ruangan untuk memberikan cahaya standar yang memiliki iluminasi rata-rata di tiap luasan ruangan.
2. Pencahayaan khusus (*special lighting*). Pencahayaan khusus adalah pencahayaan yang difungsikan untuk hal yang lebih spesifik. Jika pada pencahayaan umum yang menjadi pertimbangan adalah bagaimana memberikan jumlah iluminasi



rata pada setiap luasan ruang sedangkan pada pencahayaan khusus pertimbangannya adalah bagaimana mengekspos sesuatu, membuat suatu suasana, dan lebih mengutamakan aspek estetika.

Berikut merupakan kriteria yang perlu diperhatikan untuk mendapatkan pencahayaan yang baik,

1. Tingkat kuat penerangan (*lighting level*)
2. Distribusi kepadatan cahaya (*luminance distribution*)
3. Pembatasan agar cahaya tidak menyilaukan mata (*limitation of glare*).
4. Arah pencahayaan dan pembentukan bayangan (*light directionality and shadows*).
5. Warna cahaya dan refleksi warnanya (*light colour and colour rendering*).
6. Kondisi dan iklim ruang

Dengan demikian, pada interior POP! Hotel Kemang akan diaplikasikan kedua jenis penerangan, dengan menitikberatkan pada penerangan alami. Untuk pengaplikasian penerangan buatan, ialah pada malam hari dan siang hari untuk ruang-ruang tertentu seperti yang tertera pada tabel berikut,

Tabel 2.1 List Penerangan Buatan

Ruangan	Jenis Penerangan		Iluminasi	Jenis Lampu	Jenis Cahaya
	<i>General</i>	<i>Task</i>			
Café	✓	✓	200 lux	LED	<i>Cool Daylight</i>
Bedroom	✓	✓	Sampai 200 lux	LED	<i>Warm Daylight</i>



Meeting Room	✓	✓	200-300 lux	LED	Cool Daylight
Lobby	-	✓	200 lux	LED	Warm Daylight
Toilet	✓	-	Sampai 200 lux	LED	Warm Daylight

2.3.2 Studi Sirkulasi Ruangan

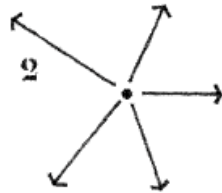
Dalam merancang sebuah hotel yang nyaman untuk digunakan, tentunya jalur sirkulasi antar ruangan merupakan salah satu unsur penting dalam perancangan sebuah hotel.

Jalur-jalur sirkulasi di sebuah hotel dipengaruhi oleh pengunjung yang menginap dan staff hotel. Hal tersebut akan menciptakan ruang-ruang yang bervariasi dalam sebuah hotel. Selain itu, tatanan masa bangunan hotel tidak hanya mempertimbangkan peletakan fasilitas yang tersedia, namun juga mempertimbangkan jalur-jalur tersebut.

Berikut merupakan tabel konfigurasi jalur sirkulasi yang akan digunakan pada perancangan POP! Hotel Kemang,

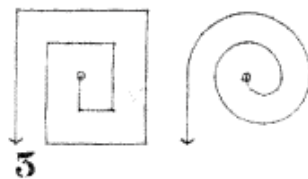
Tabel 2.2 Konfigurasi Jalur Sirkulasi

Ilustrasi	Penjelasan
	<p>Linier</p> <p>Merupakan jalur sirkulasi lurus. Biasanya menjadi elemen pengatur utama bagi serangkaian ruangan. Dapat berbentuk lurus, kurvalinear, atau terpotong-potong, bersimpangan, atau membentuk sebuah putaran balik.</p>



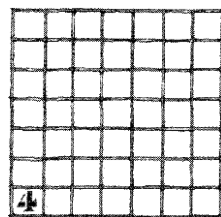
Radial

Sebuah konfigurasi sirkulasi radial memiliki jalur-jalur linear yang memanjang dari/atau berakhir pada titik pusat.



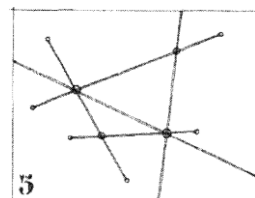
Spiral

Sebuah konfigurasi spiral merupakan sebuah jalur tunggal menerus yang berasal dari sebuah titik pusat dan bergerak melingkar.



Grid

Sebuah konfigurasi grid terdiri dari dua jalur sejajar, berpotongan pada interval regular dan menciptakan ruang berbentuk persegi panjang atau bujur sangkar



Jaringan

Sebuah konfigurasi yang menghubungkan titik-titik yang terbentuk dalam ruangan.

Berdasarkan tabel diatas, maka konfigurasi sirkulasi yang tepat untuk diaplikasikan pada rancangan POP! Hotel Kemang ialah, konfigurasi sirkulasi linier yang bersimpangan. Konfigurasi tersebut diterapkan untuk menciptakan alur yang terarah, *clean*, sehingga dapat mempermudah aktivitas tamu hotel.

2.3.3 Studi Kebisingan

Kebisingan adalah bunyi atau suara yang tidak dikehendaki yang bersifat mengganggu pendengaran dan dapat menurunkan daya dengar seseorang yang terpapar (WHS, 1993). Klasifikasi tingkat kebisingan berdasarkan intensitasnya dalam desibel (dB),



Tabel 2.3 Klasifikasi tingkat kebisingan

Tingkat Bising (dB)	Sumber Bunyi	Skala Intensitas
0-20 dB	Gemerisik daun, Suara gemerisik	Sangat tenang
20-40 dB	Perpustakaan, Percakapan	Tenang
40-60 dB	Radio pelan, Percakapan keras Rumah, gaduh Kantor	Sedang
60-80 dB	Perusahaan, Radio keras, Jalan	Keras
80-100 dB	Peluit polisi, Jalan raya Pabrik tekstil, Pekerjaan Mekanis Ruang ketel, Mesin turbin uap, Mesin diesel besar, Kereta bawah tanah	Sangat keras
100-120 dB		Sangat amat keras
>120 dB	Ledakan bom, Mesin jet Mesin roket	Menulikan

Berdasarkan tabel diatas, lokasi POP! Hotel Kemang berpotensi mengalami kebisingan sebesar 80-100 dB, yang cukup mengganggu ketenangan tamu hotel karena lokasinya yang berada di pinggir jalan raya dengan intensitas lalu-lalang kendaraan yang padat, dan juga rawan terjadi macet.

Melihat kondisi tersebut, maka diperlukan metode untuk meredam kebisingan, diantaranya adalah :

- Merencanakan konstruksi akustika yang baik, cara ini paling efektif untuk diaplikasikan pada interior



- Membangun *barrier* antara jalan raya dan bangunan hotel. *Barrier* tersebut dapat berupa tanggul bumi, pagar dan tembok, maupun tanaman.
- Mengkombinasikan beberapa langkah tersebut.

Melihat kondisi eksisting POP! Hotel Kemang, maka langkah yang paling efektif adalah mengkombinasikan beberapa langkah tersebut seperti, merencanakan konstruksi akustika interior yang baik, membangun pagar dan tembok dengan material yang dapat meredam bunyi, serta menanam tanaman yang efektif untuk meredam kebisingan.

2.3.4 Studi Material Peredam Bunyi

Dalam perancangan akustik sebuah ruang, tidak pernah terlepas dari pemilihan material dalam desain ruangan tersebut. Pemilihan material yang digunakan sangat mempengaruhi sistem kedap suara atau yang lebih dikenal dengan sebutan sistem akustik ruangan. Bahan-bahan penyerap bunyi sendiri dibedakan menjadi,

- Bahan peredam berpori-pori (*porous absorbers*) Terdiri dari material berupa butiran dan berserat, diproduksi dari kaca atau mineral fibers.
- Peredam berselaput (*membrane absorbers*) Berbentuk panel tipis, biasanya berupa kayu lapis yang terdapat diatas ruang hampa udara dan di depan sebuah penopang keras.
- Penyerap berongga (*cavity or Helmholtz absorbers*) Biasanya berupa volume tertutup dengan penghubung udara berbentuk leher celah sempit dengan udara disekitarnya.

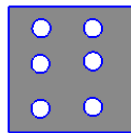
1. Eceng Gondok

Dewasa ini, semakin banyak inovasi material peredam bunyi yang baik dan berasal dari alam, salah satunya adalah eceng gondok. Eceng gondok merupakan jenis tumbuhan air yang dianggap merusak karena memiliki kecepatan



tumbuh yang tinggi sehingga tumbuhan ini dianggap sebagai gulma yang dapat merusak lingkungan perairan, khususnya di beberapa waduk dan sungai di Jakarta. Melihat hal tersebut, maka diperlukan beberapa cara untuk menanggulangi pertumbuhannya, salah satunya ialah dengan memanfaatkan eceng gondok sebagai material peredam bunyi.

Eceng gondok merupakan material organik yang ideal karena memiliki pori-pori. Dengan karakter pori-pori yang dimiliki tersebut, diperkirakan eceng gondok mampu menjadi material organik yang mampu menjadi peredam pada frekuensi rendah. Selain fisiologis yang sesuai, eceng gondok dipilih karena pertumbuhannya yang sangat cepat.

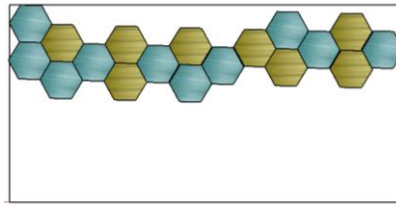


Gambar 2.14 Panel akustik yang terbuat dari komposit serat eceng gondok

Sumber : Data Pribadi

Selain eceng gondok, bambu juga merupakan tanaman yang mudah dijumpai di Indonesia sebagai daerah tropis. Berdasarkan hasil penelitian, bambu memiliki koefisien serap yang baik pada frekuensi tinggi dan memiliki serat yang kuat untuk menggantikan glasswool (Kouzumi, et al., 2002). Meski efektif meredam pada frekuensi tinggi, panel komposit bambu memiliki nilai TL yang rendah. Nilai TL bambu selalu di bawah 30dB pada frekuensi 125Hz – 4000Hz (Karlinasari, et al., 2012).

Maka pada beberapa bagian dinding interior akan ditambahkan peredam suara dengan material alami yang terdiri dari panel komposit eceng gondok, panel bambu, dan anyaman eceng gondok yang juga berfungsi sebagai elemen estetis yang diilustrasikan dengan gambar berikut ini,

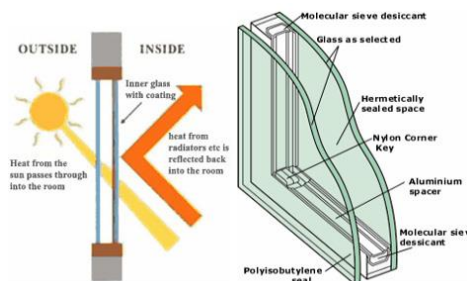


Gambar 2.15 Ilustrasi panel dekoratif eceng gondok

Sumber : Pinterest

2. Kaca Dobel

Untuk menciptakan ruangan yang kedap suara akan tetapi cahaya tetap masuk dibutuhkan sebuah jendela yang kedap suara, salah satu solusinya kamu bisa menggunakan kaca double glass. Kaca double glass sendiri merupakan kaca yang dibentuk atau digabung oleh 2 panel kaca dengan terciptanya ruang antara panel yang memiliki ketebalan beberapa milimeter. Ruang antara panel bersifat kedap udara dan memiliki kelembaban yang rendah, sehingga pemasangan kaca dobel glassing pada sebuah ruangan menyebabkan ruangan tersebut kedap suara dan suhu ruangan dapat terjaga dengan baik dan stabil.



Gambar 2.16 Double Glass

Sumber : Google Images

Sehingga, pada bagian ruang interior yang memiliki masalah kebisingan akan diaplikasikan peredam suara dengan material alami yang terdiri dari panel komposit eceng gondok, panel bambu, dan anyaman eceng gondok yang juga berfungsi sebagai elemen estetis. Selain itu, diaplikasikan pula kaca dobel untuk meredam kebisingan yang berasal dari luar, sehingga dapat memberikan kenyamanan yang maksimum pada pengunjung.

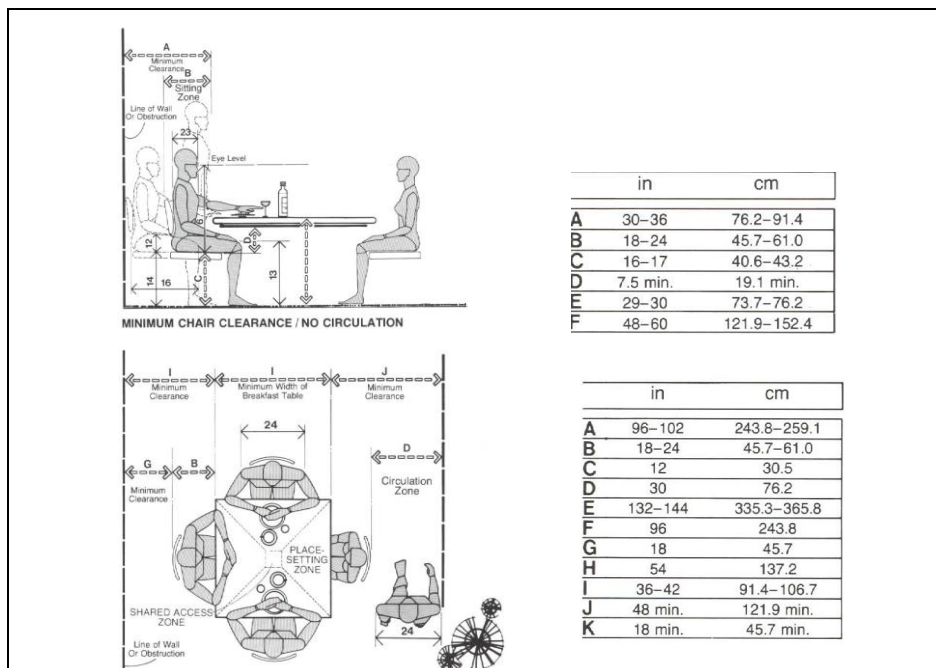


2.4 Studi Antropometri

Berikut merupakan sajian data mengenai antropometri dan ergonomi tubuh manusia untuk kemudian digunakan sebagai acuan referensi dalam mendesain ruangan yang ada POP! Hotel Kemang.

2.4.1 Cafe

Sebuah café/restoran mempunyai standar jarak minimum sirkulasi dan standar ukuran furniture untuk mempermudah dan memberikan kenyamanan bagi penggunaanya. Berikut ini merupakan data ergonomi café/restoran,



Gambar 2.17 Data Antropometri *dining spaces*

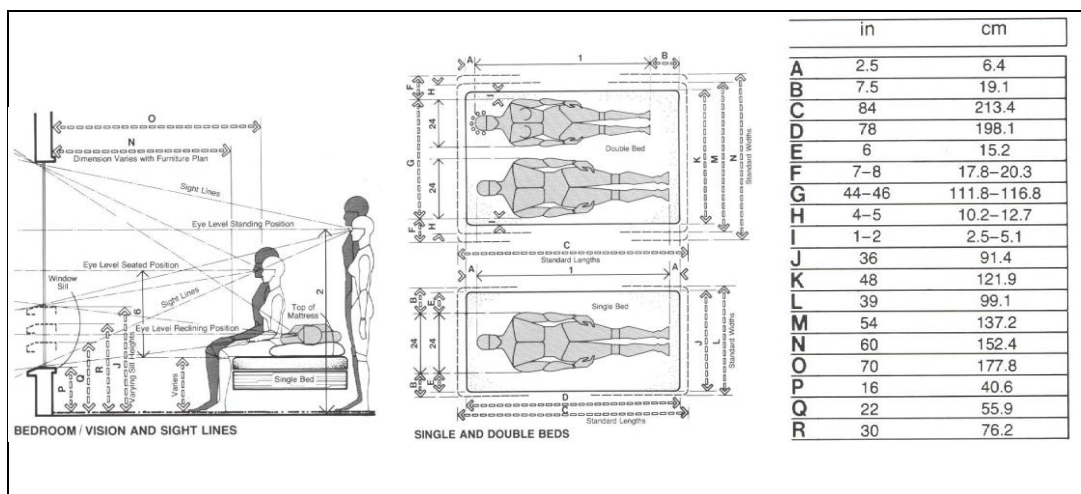
Sumber : Julius Panero & Martin Zelnik (2003)
Human Dimension and Interior Space

Jarak minimum antar kursi tanpa sirkulasi menurut standar *Human Dimension and Interior Space* adalah 76.2 – 91.4 cm. Sedangkan jarak area duduk 45.7 – 61 cm. Untuk sirkulasi minimum, agar *waiter* dapat bergerak cukup leluasa, disarankan sebesar 76.2 cm.



2.4.2 Kamar Hotel

Sebuah kamar tidur pada hotel mempunyai standar jarak minimum sirkulasi dan standar ukuran furniture untuk mempermudah dan memberikan kenyamanan bagi penggunaanya. Berikut ini merupakan data ergonomi kamar tidur,



Gambar 2.18 Data Antropometri *sleeping spaces*

Sumber : Julius Panero & Martin Zelnik (2003)
Human Dimension and Interior Space

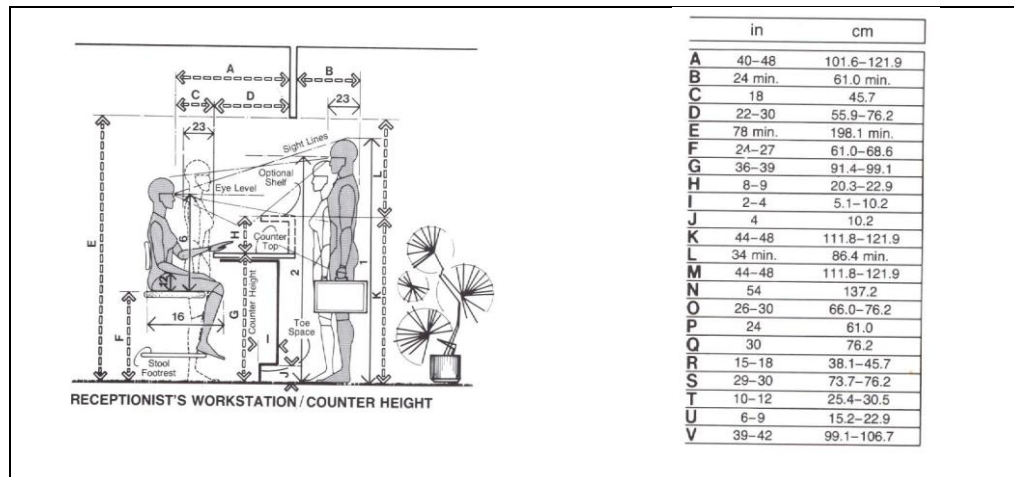
Jarak minimum menurut *Human Dimension and Interior Space* adalah minimal 152,4 cm untuk *double bed* dan 99.1 cm untuk *single bed*. Sedangkan untuk ukuran standar panjang minimal dari kedua *bed* tersebut sebesar 213.4 cm. Untuk jarak antara tempat tidur dan furniture lainnya, bervariasi berdasarkan referensi dari denah furniture masing-masing. Untuk penempatan jendela sebaiknya mempertimbangkan garis penglihatan dan tinggi mata pada saat posisi duduk, berdiri maupun rebahan.

2.4.3 Lobby

Sebuah lobby pada hotel umumnya terdapat lounge seating dan area resepsionis. Area tersebut memiliki standar jarak minimum sirkulasi dan standar ukuran furniture untuk mempermudah dan memberikan kenyamanan bagi

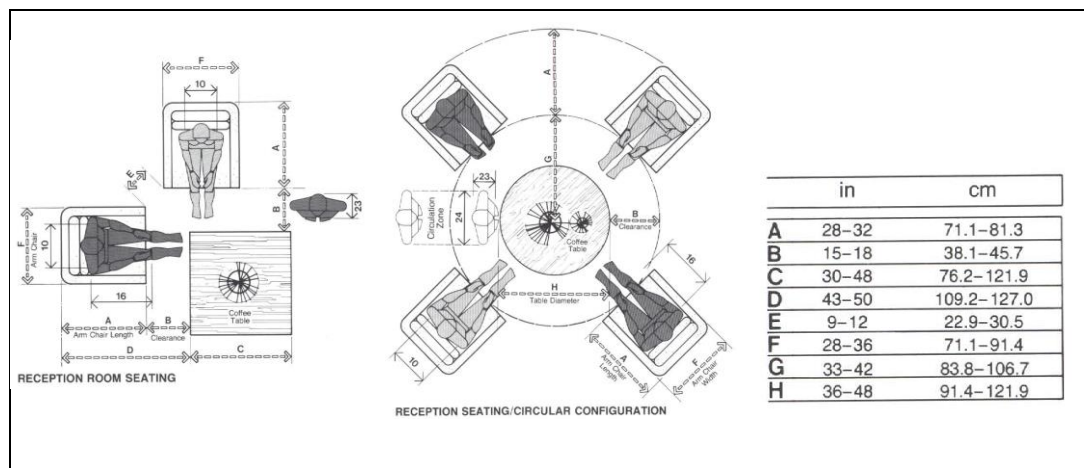


penggunanya. Berikut ini merupakan data ergonomi area resepsionis dan lobby lounge seating,



Gambar 2.19 Data Antropometri *reception area*

Sumber : Julius Panero & Martin Zelnik (2003)
Human Dimension and Interior Space



Gambar 2.20 Data Antropometri *Lobby seating*

Sumber : Julius Panero & Martin Zelnik (2003)
Human Dimension and Interior Space

Gambar diatas menunjukkan pengaturan kursi standar pada area *Lobby Seating* yang umum terdapat pada area publik. Umumnya, terdapat dua tipe pengaturan tempat duduk, yaitu *rectangular seating arrangement* dan *circular seating arrangement*. Dalam menyusun tempat duduk pada area lobby, harus



memperhatikan *personal space* dari pengguna, sehingga sebaiknya diberi jarak sirkulasi sebesar minimal 23 cm pada setiap ujung tempat duduk dalam *rectangular seating arrangement*. Untuk *circular seating arrangement*, disarankan untuk menyisakan jarak sirkulasi 60 cm, agar dapat dilewati oleh pengguna.

2.5 Analisa Eksisting POP! Hotel Kemang

2.5.1 Lokasi



Gambar 2.21 Lokasi POP! Hotel Kemang

Sumber : Google Earth

POP! Hotel Kemang berada di lokasi yang cukup strategis di Jakarta Selatan, dikelilingi berbagai restoran, mall serta bar malam. Beralamat di Jl. Kemang Raya No.3, RT.1/RW.7, Bangka, Mampang Prapatan., Kota Jakarta Selatan, DKI Jakarta.

2.5.2 Corporate Profile

POP! Hotel merupakan salah satu brand hotel andalan TAUZIA Hotel Management, selain brand lain seperti Harris dan Yello. POP! Hotel ditonjolkan sebagai eco-friendly budget hotel untuk para smart travelers. Hingga tahun 2020, manajemen TAUZIA menargetkan akan menambah 19 hotel POP! Lagi dari 19 hotel POP! yang sekarang sudah dalam pengelolaan.



Gambar 2.22 Logo POP! Hotels

Sumber : pophotels.com



Gambar 2.23 Tampak Depan Hotel

Sumber : Google

POP! Hotel Kemang berada di lokasi yang cukup strategis di Jakarta Selatan, dikelilingi berbagai restoran, mall serta bar malam. Hotel budget dengan 147 kamar ini juga dilengkapi koneksi WiFi gratis, TV LED dengan kanal kabel internasional, sofa bed, kotak safe deposit, rain shower & air mineral botol gratis. Selain itu hotel ini juga menawarkan vending machine & ruang pertemuan dengan kapasitas hingga 30 orang.



Gambar 2.24 Lobby hotel

Sumber : Google



Besarnya potensi kawasan Kemang sebagai salah satu pusat hiburan di Jakarta, ditargetkan dapat membidik 60% tamu leisure dan 40% korporasi. POP! Hotel Kemang mematok tarif per malamnya mulai Rp 398.000 hingga Rp 418.000. Hotel yang tampil dengan warna-warni ini memiliki 110 kamar ditambah dengan satu ruang pertemuan.

1. Motto dan Tagline

Motto

“Gaya POP, Semua KLOP!”

Tagline

“A good night’s sleep for everyone, a place for smart and eco-friendly traveller.”

2. Visi dan Misi

Visi

“Menjadi hotel bujet terbaik dengan inovasi yang eco-friendly.”

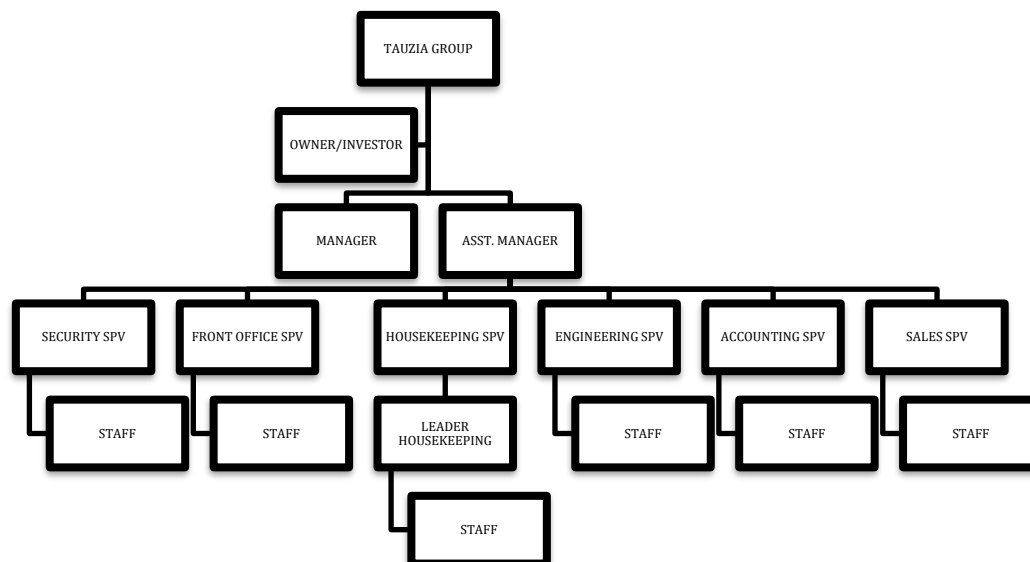
Misi

“Memberikan pelayanan setara kualitas kelas atas dengan harga yang terjangkau.”

“Meningkatkan kepedulian seluruh tamu hotel akan lingkungan sekitar.”



3. Struktur Organisasi



Gambar 2.25 Diagram Struktur Organisasi

Sumber : Google

4. Konsep Desain POP! Hotel

Hotel yang ramah lingkungan apalagi untuk hotel baru seakan menjadi hal wajib. Di POP! Hotel konsep eco friendly atau ramah lingkungan telah diterapkan di kelima hotel telah lebih dulu dibangun di Indonesia.

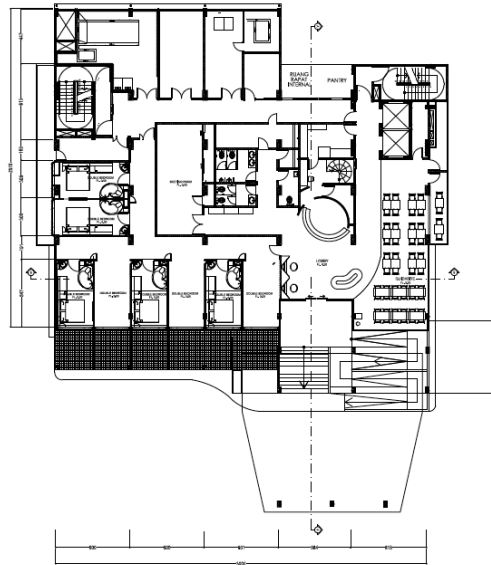
Konsep bangunan yang ramah lingkungan, penggunaan panel surya serta minim pendingin udara di beberapa bagian, juga terdapat biopori untuk mencegah banjir. Hal tersebut dikarenakan lokasi bangunan POP! Hotel Kemang berbatasan langsung dengan Kali Krukut. Selain itu, pihak hotel juga bekerja sama dengan pemerintah setempat dalam penanaman pohon.

POP! Hotel Kemang juga menerapkan pemisahan sampah menurut kategori organik, anorganik dan dapat didaur ulang. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa POP! Hotel sangat berusaha untuk membantu mendaur ulang limbah yang dihasilkan dari hotelnya.



2.5.3 Analisa Layout Eksisting

Berikut merupakan gambar denah eksisting dari POP! Hotel Kemang,



Gambar 2.26 Denah eksisting POP! Hotel Kemang

Sumber : Data Pribadi

Sehingga analisa penulis terhadap denah eksisting dari POP! Hotel Kemang adalah sebagai berikut,

1. Jalur-jalur sirkulasi sudah cukup baik, namun untuk sirkulasi beberapa ruangan seperti, meeting room dapat ditingkatkan menjadi lebih baik lagi.
2. Beberapa ruangan, seperti café dan meeting room terkesan hanya seadanya saja, sehingga dapat dimaksimalkan agar lebih baik lagi.
3. Sebaiknya pada lantai area komersial tidak dibangun kamar tidur, karena privasi tamu menjadi sedikit terganggu. Walaupun area komersial dan area kamar tidur dipisahkan oleh pintu.
4. Kurang memaksimalkan unsur cahaya alami, sehingga jika pada siang hari beberapa ruangan, terutama koridor sirkulasi menjadi gelap.
5. Sebaiknya lift terletak pada bagian tengah dari bangunan ini. Karena pada bangunan bertingkat, keberadaan dan letak lift sangat krusial sebagai alat transportasi dalam bangunan.



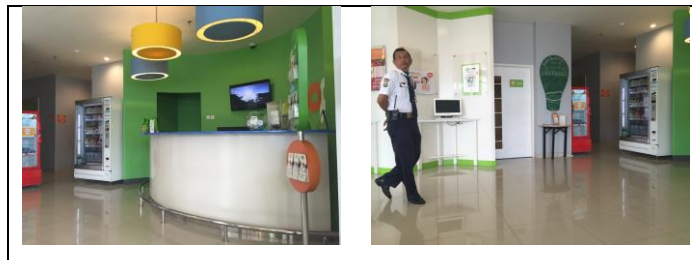
6. Terlalu banyak pintu yang menuju ke staff area, sehingga sedikit membingungkan tamu.

2.5.4 Analisa Fungsi Ruang

Berikut merupakan analisa fungsi dari ruangan eksisting POP! Hotel Kemang,

1. Reception area dan lobby

Area ini merupakan area yang terdesain paling baik diantara semua ruangan pada POP! Hotel Kemang. Pada area ini, biasa dilakukan kegiatan check in, check out dan juga sebagai area tunggu bagi tamu hotel. Juga terdapat internet corner pada area ini. Area ini memiliki *corporate image* yang paling kuat diantara semua area hotel. Bentukan furnitur mengacu pada konsep *fun* serta warna mengacu pada warna dari *brand image* POP! Hotel itu sendiri.

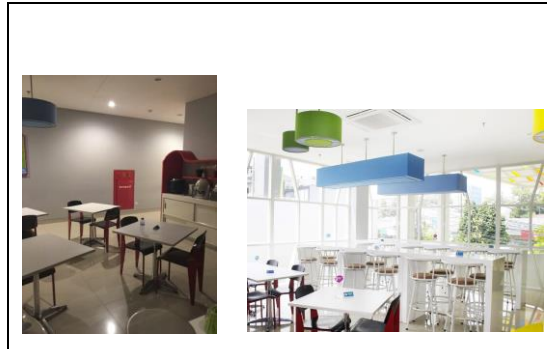


Gambar 2.27 Reception area dan lobby

Sumber : Data Pribadi

2. Quickbite café

Pada area ini, biasa disajikan sarapan pagi bagi tamu hotel. Secara umum, area ini sudah cukup nyaman bagi tamu. Area ini memaksimalkan fungsi pencahayaan alami dengan baik. Bentukan furnitur pada area ini, mengacu pada bentuk furnitur modern dan minimalis, namun tetap dalam palet warna yang sesuai dengan konsep interior dari POP! Hotel sendiri.

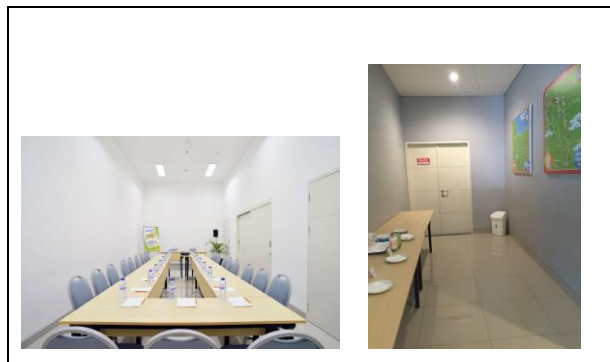


Gambar 2.28 Quickbite Cafe

Sumber : Data Pribadi

3. Meeting room dan prefunction

Meeting room terkesan hanya seadanya saja, namun fasilitas untuk mendukung jalannya rapat seperti proyektor dan audio cukup lengkap. Fungsi dari prefunction kurang dimaksimalkan, hanya untuk coffee break dan hanya ada meja untuk meletakkan makanan ringan, teh dan kopi. Sehingga fungsi dari prefunction terkesan terpaksa dan bukan untuk itu.

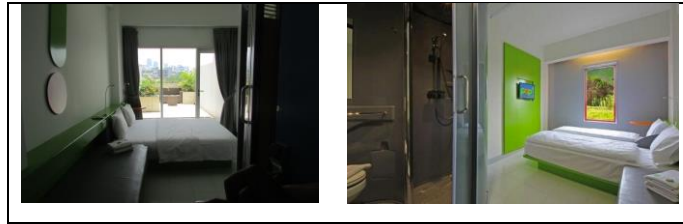


Gambar 2.29 Meeting Room dan Prefunction

Sumber : Data Pribadi

4. Double dan twin bedroom

Terdapat dua jenis kamar tidur pada POP! Hotel Kemang yaitu, double bedroom dan twin bedroom. Secara fasilitas, kedua tipe kamar mempunyai fasilitas yang sama, namun yang membedakan hanya jenis tempat tidurnya saja. Untuk program ruang, sirkulasi dan pencahayaan sudah cukup baik dan efektif.



Gambar 2.30 Double bedroom dan twin bedroom

Sumber : Data Pribadi

2.5.5 Karakteristik Pengunjung POP! Hotel Kemang

Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan kuisioner yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa mayoritas pengunjung POP! Hotel Kemang berasal dari kalangan tingkat ekonomi menengah dan menengah keatas. Karakteristik Tamu POP! Hotel Kemang mempunyai sasaran pelayanan jasa akomodasi bagi para wisatawan maupun pebisnis baik dari dalam maupun luar kota Jakarta, yang menginginkan akomodasi efisien dan ekonomis. Segmentasi pengunjung POP! Hotel Kemang menurut kuisioner yang telah disebarkan sebelumnya, adalah sebagai berikut;

- Pengusaha
- Pekerja Kantoran
- Wisatawan

Sehingga dapat diketahui bahwa karakteristik dari pengunjung POP! Hotel Kemang adalah sebagai berikut;

Tabel 2.4 Karakteristik pengunjung

Pengunjung	Karakteristik
Pengusaha	Praktis
Pekerja Kantoran	Pertimbangan ekonomi dan fasilitas Efisien Tidak mementingkan rekreasi karena tujuan utamanya bekerja Menginap dalam jangka waktu singkat
Wisatawan	Menyukai sesuatu yang menarik



Menginap dalam jangka waktu singkat
Gemar berfoto
Mempertimbangkan lokasi hotel

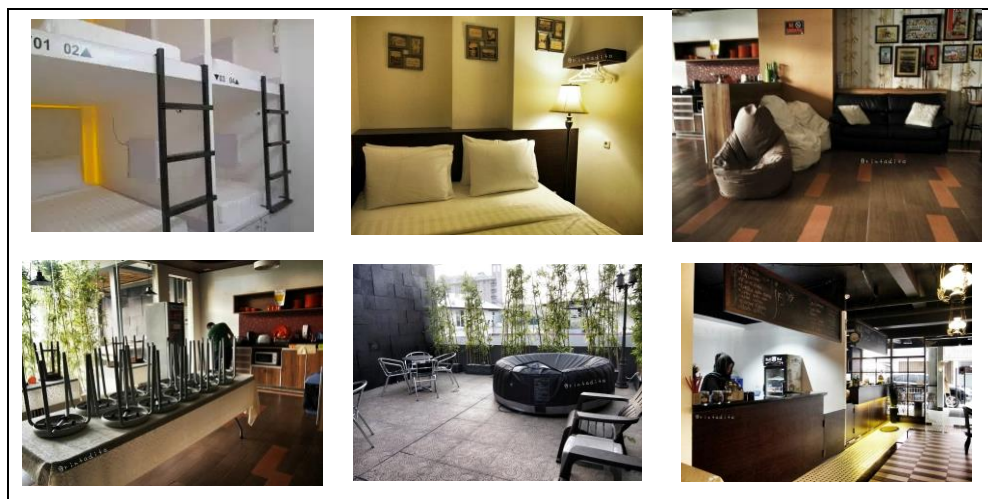
2.6 Studi Pemandangan

2.6.1 Old Batavia Capsule Hotel, Jakarta

Old Batavia Capsule Hotel berada di dekat stasiun Cikini dan hanya 10 menit dari Plaza Indonesia, Grand Indonesia, dan Stasiun Gambir. Old Batavia Hostel memiliki kamar kapsul dan kamar regular dengan akses wifi gratis serta menyajikan makanan Indonesia.

1. Analisa Ruang, Suasana dan Karakteristik

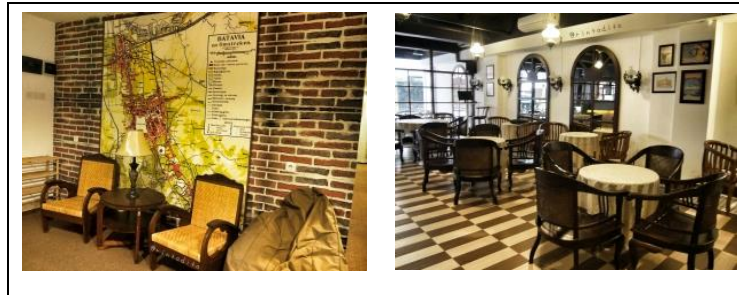
Secara umum, sirkulasi, pencahayaan dan furniture yang dipakai sudah cukup baik dan ergonomis. Hotel ini berkonsep capsule hostel dan travel friendly dengan tema Batavia tempo dulu.



Gambar 2.31 Fasilitas Old-Batavia Capsule Hotel

Sumber : malesmandi.com

Terdapat tiga jenis kamar yaitu; private room, female dorm, dan mixed dorm. Selain itu juga terdapat berbagai macam fasilitas, seperti rooftop, dapur, serta café.



Gambar 2.32 Suasana interior Old-Batavia Hotel

Sumber : malesmandi.com

Suasana interior dari Old-batavia hotel ini sangat kental dengan nuansa kolonial dan modern yang tercermin dari pemilihan furniture dan elemen estesisnya.

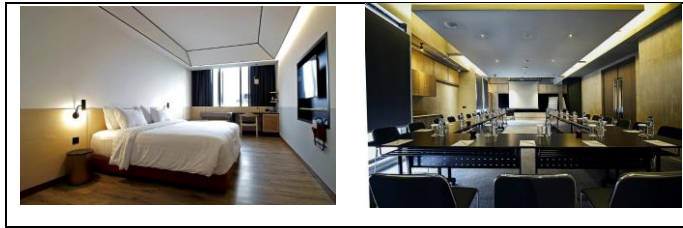
2.6.2 GAIA Cosmo Hotel, Yogyakarta

Merupakan sebuah hotel yang berlokasi di pusat kota Yogyakarta yang artistik dan sarat akan muatan budaya Jawa, GAIA Cosmo Hotel merupakan hotel bisnis yang kontemporer dan *stylish* serta tepat untuk wisatawan cerdas, modern, dan eksekutif.

Sama dengan semua hotel GAIA Cosmo, kami berusaha untuk menciptakan pengalaman organik dan unik untuk para tamu di setiap lokasi serta dengan hati-hati menyesuaikan layanan kami, desain dan fasilitas untuk membuat campuran suasana internasional yang mewah dengan budaya lokal, kuliner serta aksen artistik .

1. Analisa Ruang, Suasana dan Karakteristik

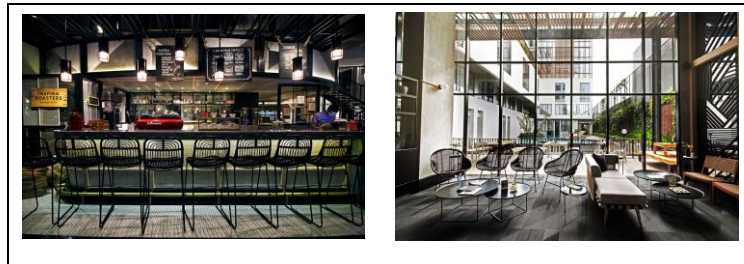
GAIA Cosmo Hotel dirancang sebagai hotel bisnis yang *hip*, progresif, dengan desain yang unik di mana Anda, para pebisnis, tamu hotel, dan *traveller* yang menginap memiliki tempat bersama yang nyaman mulai dari *lobby-coffe lounge* dan *all-day dining area*.



Gambar 2.33 Kamar tidur dan Meeting room GAIA Cosmo Hotel

Sumber : id.hotels.com

Mood interior hotel memperlihatkan sebuah rancangan bergaya kolonial-industrial, seolah mengadopsi ruang-ruang industrial, seperti Pabrik Gula Suramadu yang dikonversi menjadi hotel modern. Anda akan merasakan pengalaman berbeda menginap di hotel yang merupakan perpaduan konsep lawas dan modern.



Gambar 2.34 Mood interior GAIA Cosmo Hotel

Sumber : id.hotels.com



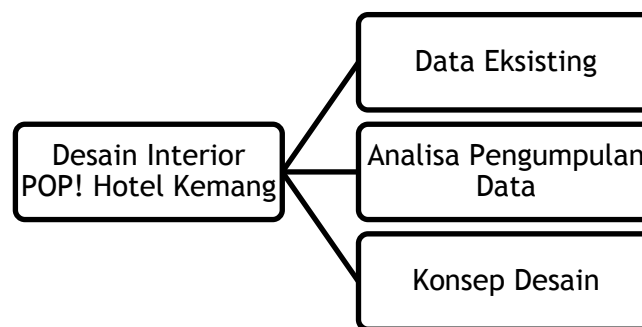
(Halaman ini sengaja dikosongkan)



BAB III

METODE DESAIN

Objek yang diteliti yaitu sebuah hotel yang dimana merupakan sebuah area public (*public space*) untuk menarik konsumen. Mengingat banyaknya persaingan bisnis pada segmen hotel yang sama, maka penampilan fisik interior harus terlihat menarik sesuai kebutuhan dan kenyamanan ruang sebuah hotel . Dalam sebuah penelitian diharuskan mengetahui variabel-variabel untuk dapat meneliti POP! Hotel Kemang, yaitu :

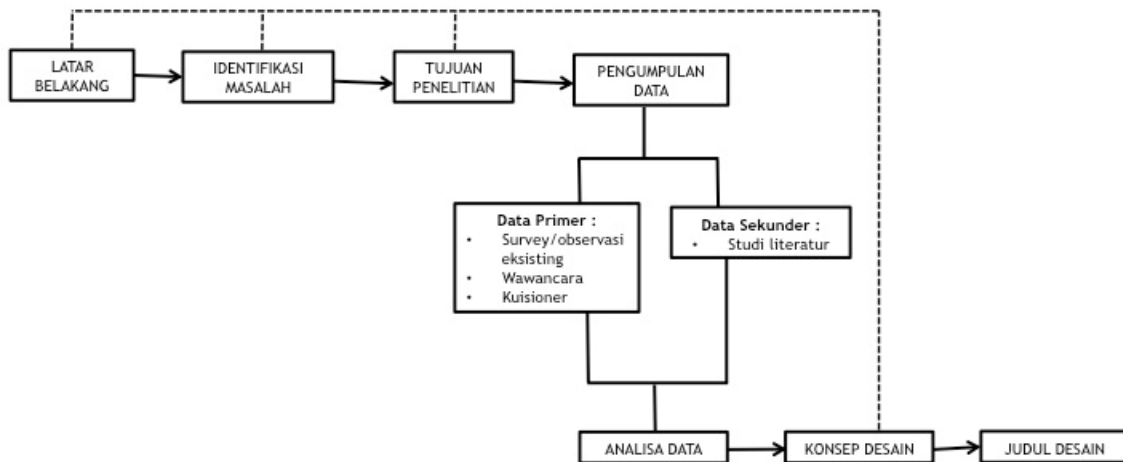


Gambar 3.1 Metodologi Desain Objek Riset

Sumber : Data Pribadi

3.1 Tahapan Rencana Penelitian

Berikut ini merupakan diagram tahapan dari metode penelitian, yang akan dilakukan guna mendapatkan konsep desain interior POP! Hotel Kemang, Jakarta.



Gambar 3.1 Diagram penelitian

Sumber : Data Pribadi

Berdasarkan diagram diatas, dapat diketahui beberapa tahapan dari metode penelitian yang akan dilakukan. Tahapan-tahapan tersebut ialah sebagai berikut;

1. Tahap Identifikasi Objek

Merupakan tahap pemahaman mengenai latar belakang dari kegiatan penelitian objek secara mendalam. Tahapan ini dapat membantu mengidentifikasi permasalahan yang dimiliki oleh POP! Hotel Kemang.

2. Tahap Identifikasi Masalah

Pada tahapan ini, dijabarkan secara rinci segala permasalahan yang terdapat pada objek dan terkait pengembangan kedepannya.

3. Tahap Pengumpulan Data

Setelah kedua tahapan diatas selesai, penulis mendapatkan semua data yang diperlukan terkait penelitian studi konsep Desain Interior POP! Hotel Kemang. Tahap pengumpulan data ini dibagi menjadi 2 bagian, antara lain sebagai berikut :

- a. Data Primer : terdiri dari observasi, wawancara, dan kuisioner.
- b. Data Sekunder : terdiri dari data literatur.



4. Tahap Analisa Data

Pada tahapan ini, diharapkan untuk mendapat hasil dari penelitian dengan menganalisa semua data yang telah dimiliki sebelumnya, dengan tambahan data literature yang digunakan sebagai acuan untuk mendapatkan hasil yang sesuai dengan harapan pengunjung.

3.2 Metode Pengumpulan Data

3.2.1 Data Primer

Data primer merupakan sejumlah data yang didapat langsung dari lapangan melalui pihak-pihak yang berkaitan langsung dengan objek tersebut.

1. Observasi atau survey lapangan dilakukan agar dapat mengetahui kondisi langsung dan persoalan apa saja yang terjadi seperti aktivitas pengguna, studi kebutuhan ruang, beberapa fasilitas yang digunakan dan dibutuhkan serta sirkulasi ruang yang berhubungan dengan denah eksisting.
2. Pengambilan gambar dan foto eksisting beberapa interior dari POP! Hotel sebagai media referensi dan pengamatan beberapa studi yang dapat dikaji. Dengan mengambil gambar secara langsung, maka dapat mempermudah proses penelitian, sekaligus sebagai bukti masalah-masalah fisik yang terjadi.
3. Media wawancara dilakukan terhadap staff untuk mengetahui tentang sejarah berdiri bangunan, profil, logo, keinginan dari pihak POP! Hotel Kemang, kelebihan dan kekurangan eksisting POP! Hotel Kemang.
4. Kuisioner yang disebar kepada beberapa sampel populasi, yang setidaknya pernah mengunjungi maupun beraktivitas di hotel. Kuisioner digunakan untuk mengetahui pendapat dari pengunjung. Hasil kuisioner kemudian dijadikan sebagai pedoman untuk menentukan konsep desain interior.



3.2.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan sejumlah data yang diperoleh secara tidak langsung dari lapangan maupun pihak yang berkaitan langsung dengan objek melainkan melalui studi pustaka, majalah, internet dan media lainnya.

Dengan melakukan pengumpulan data baik melalui data sekunder ataupun primer guna untuk mendukung sebuah perancangan pada Hotel POP! Kemang dengan membandingkan beberapa data yang sudah diperoleh, sehingga akan dihasilkan beberapa kesimpulan yang dapat menunjang dan melengkapi kekurangan serta permasalahan yang ada sebelumnya.

Kesimpulannya data yang didapat pada akhirnya merupakan pengumpulan data yang didapat langsung dari lapangan serta data yang diperoleh dari data sekunder akan menghasilkan ide yang bagus bagi Hotel POP! Kemang itu sendiri.

Dari data pustaka yang dapat dijadikan referensi yang baik untuk menunjang perancangan interior Hotel POP! Kemang dengan tema *old Batavia* adalah:

1. Data antropometri, dimana sangat berguna untuk mengetahui standar dimensi pada ukuran meja dan kursi makan. Selain itu yang terpenting adalah jarak sirkulasi standar. Seperti contoh, telah ditetapkan jarak sirkulasi manusia minimal adalah 65 cm.
2. Definisi konsep rancangan yaitu Hotel Budget-business yang bertema *old Batavia*
3. Karakteristik atau psikologis warna terhadap ruang.
4. Studi pembandingan yang mencakup data-data referensi sehingga dapat menunjang proses perancangan, terutama mendesain interior Hotel POP! Kemang

3.3 Metode Analisa Data

Data primer yang berupa hasil observasi objek POP! Hotel Kemang, wawancara staff, serta kuisioner maupun data sekunder yang berupa tinjauan pustaka dan studi pembandingan yang telah dihimpun, kemudian dianalisa untuk



mendapatkan jawaban konsep desain dan judul perancangan interior POP! Hotel Kemang.

Dari hasil analisa tersebut akan didapatkan jawaban untuk mengembangkan POP! Hotel Kemang lebih baik lagi. Beberapa hasil penelitian akan muncul seperti pendapat desain yang diinginkan, ide gagasan rancangan seperti fasilitas tambahan dan penataan ruang, serta yang paling utama konsep desain yang diinginkan oleh para pengunjung dan berlanjut hasil akhir berupa judul perancangan POP! Hotel Kemang.

3.4 Tahapan Desain

Berikut merupakan beberapa tahapan dalam proses mendesain interior POP! Hotel Kemang setelah mendapat dan mengumpulkan data-data hasil riset desain,

1. Penyusunan konsep desain

Menuliskan semua hasil riset desain yang digunakan sebagai solusi bagi permasalahan-permasalahan yang muncul dan telah terselesaikan lalu diangkat berdasarkan hasil dari studi pustaka.

2. Desain awal

Ide-ide desain dan penyelesaian awal dari permasalahan yang didapatkan pada saat analisa data-data yang didapatkan.

3. Alternatif desain

Pada tahap ini desain tersebut dibuat lebih dari satu sehingga memperoleh alternatif desain. Alternatif desain disesuaikan dengan konsep desain, dan dapat kembali pada proses konsep desain jika pada alternatif ditemukan ide-ide baru.

4. Evaluasi

Pada tahap ini, keseluruhan alternatif desain akan dipilih melalui tahap kriteria dan score (weight method) hingga diperoleh satu desain terbaik.



5. Pengembangan desain

Setelah tahap evaluasi selesai, maka desain tersebut akan melalui proses pengembangan desain, jika pada tahap ini desain kurang sesuai maka dapat kembali lagi pada proses alternatif desain.

6. Desain akhir

Jika keseluruhan tahap desain selesai dilaksanakan, maka sampailah pada tahap desain akhir yang merupakan materi presentasi desain berupa sketsa 3d, gambar teknik, maket dan animasi.



BAB IV

ANALISA DAN KONSEP DESAIN

4.1 Karakteristik Pengunjung POP! Hotel Kemang

Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan kuisioner yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa mayoritas pengunjung POP! Hotel Kemang berasal dari kalangan tingkat ekonomi menengah dan menengah keatas. Karakteristik Tamu POP! Hotel Kemang mempunyai sasaran pelayanan jasa akomodasi bagi para wisatawan maupun pebisnis baik dari dalam maupun luar kota Jakarta, yang menginginkan akomodasi efisien dan ekonomis. Segmentasi pengunjung POP! Hotel Kemang menurut kuisioner yang telah disebarkan sebelumnya, adalah sebagai berikut;

- Pengusaha dan pekerja kantoran
- Wisatawan

Secara umum, kebanyakan pengunjung yang menginap di POP! Hotel Kemang merupakan pekerja kantoran maupun pengusaha yang memiliki keperluan bisnis/pekerjaan di kota Jakarta, serta wisatawan yang mengunjungi kota Jakarta. Berikut karakteristik khusus dari pengunjung POP! Hotel Kemang :

- Ekonomis
- Efisien
- Menghargai waktu
- Menghargai budaya
- Menginap dalam jangka waktu singkat

Berdasarkan karakteristik khusus dari mayoritas pengunjung tersebut, maka konsep yang ingin diterapkan pada POP! Hotel Kemang adalah hotel *budget-business* yang efisien dengan sentuhan budaya. Sehingga, dapat diketahui fasilitas yang dibutuhkan pengunjung POP! Hotel Kemang adalah sebagai berikut,



Tabel 4.1 Fasilitas yang dibutuhkan pengunjung

Pebisnis	Wisatawan
Meeting Room	Cafe
Print and Copy	Photobooth/area yang menarik untuk berfoto
Internet berkecepatan tinggi	Internet Corner

4.2 Studi Ruang

Berikut merupakan sajian data tabel mengenai studi kebutuhan ruang pada POP! Hotel Kemang;

Tabel 4.2 Studi ruang

Sub Aktivitas	Fasilitas	P (cm)	L (cm)	Jumlah Unit	Kebutuhan Area (m2)	Jml Area	Total Keseluruhan Area (m2)	Rasio	Luas (m2)
Parking Area									
Memarkir Kendaraan	Parking lot	-	-	1		1		1:2	
Lobby - Entrance									
Drop-off tamu	Teras/selasar	-	-	1		1		1:3	
Lobby - Reception									
Menunggu	Kursi/sofa	120	60	8	576				
	Coffee Table	50	50	4	100				
Berbincang/Bersantai	Reception Table	200	80	1	160				
Proses Check in/out	Telepon	-	-	1	-				
	Kursi staff	45	45	2	40.5				
	Storage	100	40	2	80				



Lobby – Internet corner							
Surfing	Komputer	-	-	3	-		
Internet	r						
	Meja	200	60	1	120		
	Kursi	50	50	3	75		
Total Luas Lobby				1	1,151.5	1:3	3,454.5
Cafe							
Sarapan	Banquet table	120	80	3	288		
Makan dan minum	Meja makan kotak	70	70	13	637		
	Meja makan bulat d:60	60	60	8	288		
	Meja makan bulat d:100	100	100	3	300		
	Kursi	50	50	41	1025		
	Banquet sofa	200	80	6	960		
Total luas Cafe				1	3,498	1:3	10,494
Toilet Public Area							
Mencuci Tangan	Sink	50	50	2	50		
Buang air	Closet	50	50	2	50		
	Urinoir	50	50	2	50		
	Toilet stall	150	100	2	300		
Service	Storage	50	50	2	50		
Total luas toilet				2	1,000	1:2	2,000
Meeting hall							
Rapat	Meja rapat	180	90	22	3564		
Presentasi	Kursi	50	50	48	1200		
	Proyektor	-	-	2	-		
	Sound	-	-	1	-		



	system						
	Komputer	-	-	1	-		
	Storage	50	50	2	50		
Total luas meeting hall				1	4,814	1:3	14,442
Twin bedroom							
Istirahat	Tempat tidur	200	100	2	400		
	Nakas	45	45	1	20,25		
Membersihkan diri	Shower	80	80	1	64		
	Washtafel	50	50	1	25		
	Closet	50	50	1	25		
	Cermin	-	-	1	-		
Menonton televisi	Televisi	-	-	1	-		
	Bracket rack televisi						
menulis	Meja	150	60	1	90		
	Kursi	50	50	1	25		
Menyimpan barang	Storage	100	50	1	50		
Total luas twin bedroom				34	23,774.5	1:3	71,323.5
Double bedroom							
Istirahat	Tempat tidur	200	160	1	320		
	Nakas	45	45	1	20,25		
Membersihkan diri	Shower	80	80	1	64		
	Washtafel	50	50	1	25		
	Closet	50	50	1	25		
	Cermin	-	-	1	-		
Menonton televisi	Televisi	-	-	1	-		
	Bracket rack televisi						
Menulis	Meja	150	60	1	90		
	Kursi	50	50	1	25		
Menyimpan barang	Storage	100	50	1	50		



Total luas Double bedroom	74	45,824.5	1:3	137,473
Total luas				2,391.87 m ²

Dari studi ruang yang disajikan pada tabel diatas, maka dapat diketahui total kebutuhan luas minimum sebesar 2,391.87 m².

4.3 Hubungan Ruang

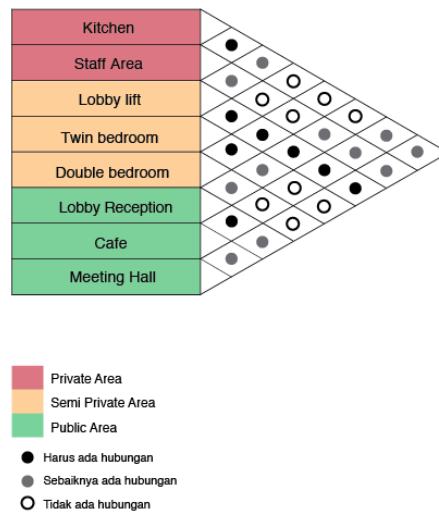
Untuk mengoptimalkan penggunaan ruangan pada sebuah bangunan, sirkulasi yang baik memperhatikan jangkauan ruangan sesuai dengan alur aktifitas atau kegiatan yang terjadi dengan tidak mengganggu aktifitas lain.

Pada eksisting POP! Hotel Kemang, sirkulasi antar ruangan masih dapat dimaksimalkan. Beberapa area dengan aktivitas yang berhubungan, dirasa terletak berjauhan karena belum memiliki akses langsung. Pada proses desain POP! Hotel Kemang ini, permasalahan sirkulasi menjadi perhatian penting dan beberapa cara dilakukan demi mencapai sirkulasi ruang yang efektif dan efisien. Treatment ruang yang dilakukan antara lain dengan mengelompokkan ruang-ruang yang masih memiliki kedekatan hubungan aktifitas, pemisahan akses masuk staff dan pengunjung, serta pemindahan dan pembatasan akses ke suatu area agar aktifitas dapat berjalan lebih efisien.

Berdasarkan aktifitas-aktifitas yang ada dan meninjau standart hubungan ruang hotel pada Hotel, Motels, and Condominiums: Design, Planning, and maintenance, didapatkan analisa hubungan ruang sebagai berikut,

4.3.1 Konsep Hubungan Ruang

Berikut merupakan diagram konsep hubungan antar ruang pada POP! Hotel Kemang:

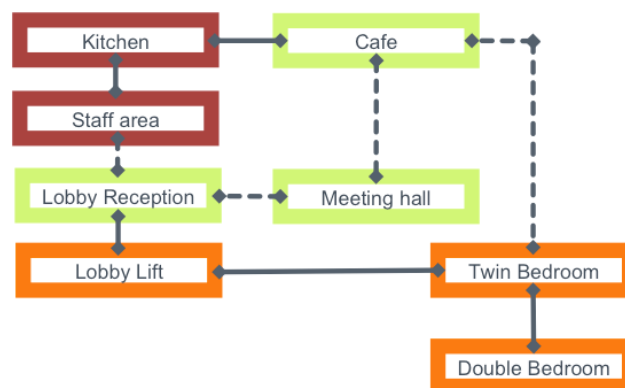


Gambar 4.1 Matriks Hubungan Ruang

Sumber : Data Pribadi

4.3.2 Bubble Diagram

Berikut merupakan bubble diagram hubungan antar ruang pada POP! Hotel Kemang:



Gambar 4.2 Buble Diagram

Sumber : Data Pribadi

4.4 Analisa Riset

Dalam mendapatkan sebuah konsep desain, beberapa data diperlukan untuk mendapatkan jawaban sesuai target yang kita inginkan. Untuk mendapatkan



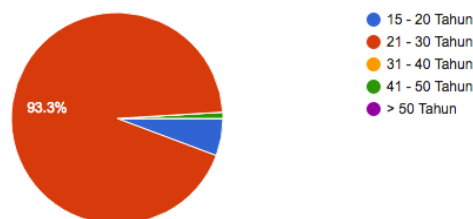
data yang sesuai keinginan yaitu dilakukan teknik penelitian kuisioner yang bertujuan untuk melihat tanggapan dari sampel pengunjung hotel. Pertanyaan yang diajukan bertujuan untuk mendapatkan hal-hal apa saja yang membuat pengunjung tertarik datang ke hotel, serta menjaga intensitas kedatangan pengunjung dengan sebuah konsep desain yang dipilih sesuai keinginan pengunjung. Berikut ini pembahasan mengenai pertanyaan penelitian yang diajukan kepada responden dalam bentuk kuisioner:

a. Kelompok Usia dan Pendidikan

Kelompok usia dan pendidikan disini digunakan untuk memprediksi dan mempertimbangkan gagasan desain yang akan digunakan, yang nantinya dipilih dari pilihan mayoritas responden.

Berdasarkan interpretasi hasil perhitungan data yang diperoleh dari riset dengan jumlah responden sebanyak 105 orang, dengan rincian kelompok usia dan pendidikan sebagai berikut,

- Kelompok Usia



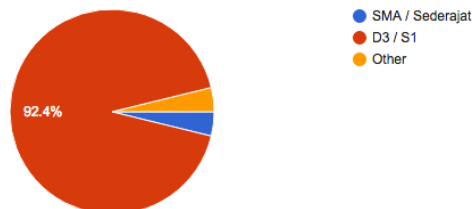
Gambar 4.3 Diagram Hasil Kuisioner: Kelompok Usia

Sumber : Data Pribadi

Dari diagram diatas, dapat diketahui, bahwa sebagian besar responden termasuk dalam kelompok umur 21-30 tahun yaitu sebanyak 93.3%, diikuti dengan kelompok umur 15-20 tahun sebanyak 5.7% dan kelompok umur 41-50 tahun sebanyak 1%.



- Pendidikan



Gambar 4.4 Diagram Hasil Kuisisioner: Pendidikan

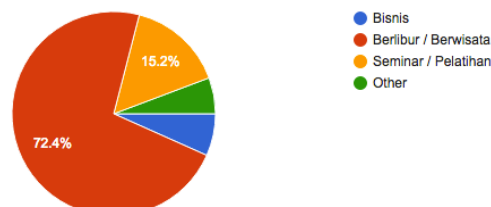
Sumber : Data Pribadi

Dari diagram diatas dapat diketahui, bahwa sebagian besar pengunjung hotel merupakan orang-orang yang berpendidikan tinggi, yaitu D3 dan S1 sebanyak 92.4%, kemudian SMA/ sederajat sebanyak 3.8% dan lainnya seperti S2/S3 sebanyak 3.8%.

b. Kegiatan Pengunjung Hotel

Pada pertanyaan berikut ini, digunakan untuk mengetahui kegiatan saat menginap di hotel, lama menginap, rekan menginap dan tujuan responden untuk menginap di hotel. Kegiatan yang sering dilakukan pengunjung hotel *budget* saat berada di hotel adalah menginap dengan berbagai tujuan, namun menurut hasil kuisisioner yang dihimpun dari para responden, sebagian besar bertujuan untuk berlibur., namun tidak menutup kemungkinan bahwa pengunjung hotel merupakan jenis pengunjung *business traveller*.

Tujuan Menginap di Hotel



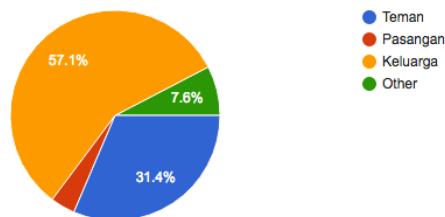
Gambar 4.5 Diagram Hasil Kuisisioner: Tujuan Menginap

Sumber : Data Pribadi



Berdasarkan diagram diatas, dapat diketahui bahwa 72.4% responden menginap di hotel untuk berlibur. Sebanyak 15.2% pengunjung bertujuan untuk menghadiri seminar dan pelatihan. Sedangkan yang bertujuan untuk bisnis atau usaha hanya 6.7% dan pengunjung yang memiliki tujuan lainnya sebanyak 5.7%.

- Rekan Menginap di Hotel

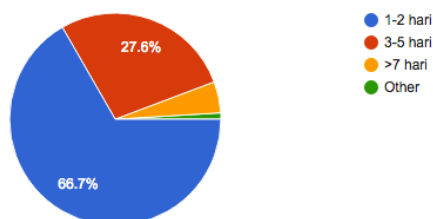


Gambar 4.6 Diagram Hasil Kuisioner: Rekan Menginap

Sumber : Data Pribadi

Berdasarkan diagram diatas, dapat diketahui bahwa 57.1% responden menginap di hotel bersama dengan keluarga. Sebanyak 31.4% responden menginap di hotel bersama dengan teman. Sedangkan 7.6% responden menginap dengan kolega lainnya dan 3.8% responden menginap di hotel dengan pasangan masing-masing.

- Lama Menginap di Hotel



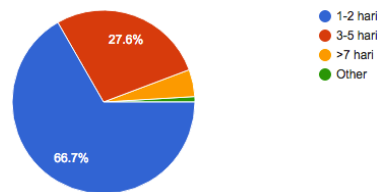
Gambar 4.7 Diagram Hasil Kuisioner: Lama Menginap

Sumber : Data Pribadi

Berdasarkan diagram diatas, dapat diketahui bahwa 66.7% responden menginap di hotel selama 1-2 hari. Sebanyak 27.6% responden menginap di hotel selama 3-5 hari, 4.8% responden menginap di hotel selama lebih dari 7 hari, dan 1% lainnya.



- Lama Menginap di Hotel



Gambar 4.8 Diagram Hasil Kuisisioner: Lama Menginap

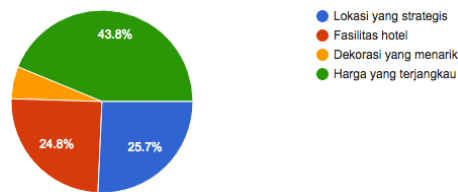
Sumber : Data Pribadi

Berdasarkan diagram diatas, dapat diketahui bahwa 66.7% responden menginap di hotel selama 1-2 hari. Sebanyak 27.6% responden menginap di hotel selama 3-5 hari, 4.8% responden menginap di hotel selama lebih dari 7 hari, dan 1% lainnya.

c. Faktor untuk memilih hotel

Sebagai konsumen, pengunjung memiliki banyak pertimbangan dalam memilih barang atau jasa yang akan dibeli maupun digunakan. Umumnya, konsumen memilih hotel berdasarkan beberapa faktor pertimbangan, seperti;

1. Promosi, faktor promosi yang diukur melalui indikator iklan menarik minat, iklan membuat keinginan mengetahui lebih lanjut, iklan menciptakan kebutuhan yang tepat, dan iklan menciptakan keinginan menikmati produk yang diiklankan merupakan suatu faktor yang sangat besar pengaruhnya menentukan keputusan menginap di Hotel.
2. Fasilitas, faktor fasilitas yang diukur melalui kamar dengan segala kelengkapannya, fasilitas pendukung seperti cafe, ruang pertemuan, kolam renang, internet serta didukung oleh lokasi yang strategis, nyatanya juga menjadi pertimbangan untuk konsumen dalam memilih sebuah hotel.
3. Harga, faktor harga yang diukur melalui indikator harga terjangkau, harga sesuai dengan fasilitas yang ditawarkan, persepsi harga restoran terjangkau, dan persepsi harga laundry terjangkau merupakan suatu faktor yang menentukan keputusan menginap di Hotel. Harga ini yang menurut persepsi dari tamu bisa jadi lebih murah dibanding dengan yang pernah mereka temui dari pengalaman sebelumnya.

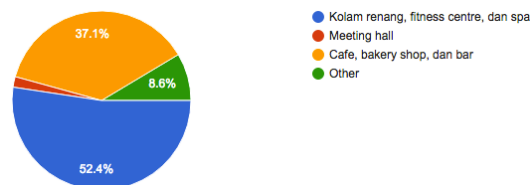


Gambar 4.9 Diagram Hasil Kuisisioner: Faktor Memilih Penginapan

Sumber : Data Pribadi

Berdasarkan diagram diatas, dapat diketahui faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang dalam memilih sebuah penginapan atau hotel. Sebanyak 43.8% responden memilih hotel berdasarkan prioritas harganya, yakni yang terjangkau. Sedangkan 25.7% responden memilih hotel berdasarkan lokasinya yang strategis, 24.8% responden memilih hotel berdasarkan fasilitasnya, dan 5.7% responden memilih hotel berdasarkan dekorasinya yang menarik.

d. Fasilitas yang diharapkan



Gambar 4.10 Diagram Hasil Kuisisioner: Fasilitas yang Diharapkan

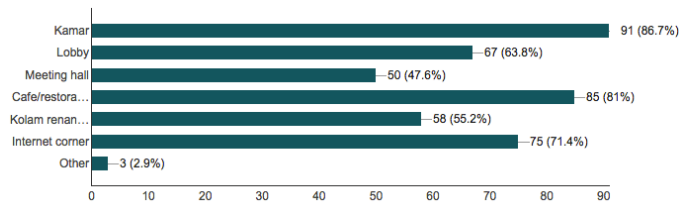
Sumber : Data Pribadi

Fasilitas pada hotel, nyatanya turut mempengaruhi pengunjung dalam memilih sebuah hotel, karena fasilitas memiliki peranan penting dalam persepsi konsumen akan sebuah hotel.

Berdasarkan diagram diatas, dapat diketahui fasilitas yang diharapkan oleh pengunjung hotel. Sebanyak 52.4% responden mengharapakan adanya fasilitas kolam renang, fitness centre dan spa. Sebanyak 37.1% responden mengharapakan adanya fasilitas café, bakery dan bar, sebanyak 8.6% responden memilih lainnya dan hanya 1.9% responden yang mengharapakan adanya meeting hall.



e. Fasilitas yang harus ada pada budget-business hotel



Gambar 4.11 Grafik Hasil Kuisioner: Fasilitas yang harus ada pada Hotel

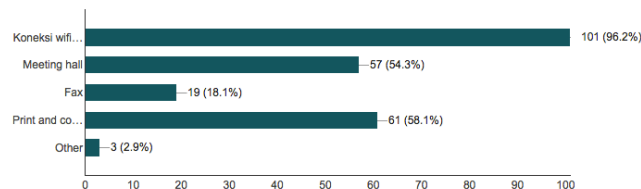
Sumber : Data Pribadi

Berdasarkan grafik diatas, fasilitas yang mutlak harus ada pada sebuah *budget-business* hotel adalah sebagai berikut :

Kamar	86.7%
Café/restoran	81%
Internet corner	71.4%
Lobby	63.8%
Kolam renang	55.2%
Meeting hall	47.6%

f. Fasilitas pendukung yang diharapkan

Fasilitas Hotel yang paling disukai pengunjung adalah fasilitas jaringan wifi dan kecanggihan teknologi yang terdapat di hotel. Fasilitas ini dipilih oleh responden untuk memenuhi kebutuhan teknologi mereka yang umumnya mereka gunakan untuk menunjang pekerjaan dan komunikasi mereka.



Gambar 4.12 Grafik Hasil Kuisioner: Fasilitas Pendukung yang Diharapkan

Sumber : Data Pribadi

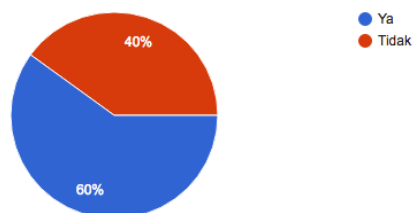
Menurut grafik diatas, fasilitas pendukung yang paling diharapkan pada sebuah *budget-business* hotel adalah koneksi wifi yang cepat. Fasilitas tersebut sangat



diharapkan karena tidak bisa dipungkiri, dalam melaksanakan kegiatan bisnis maupun sehari-hari koneksi wifi sudah hampir menjadi hal yang sangat dibutuhkan dalam menunjang kelancaran berkomunikasi.

g. Pernah atau tidaknya pengunjung menginap di hotel

Sebagai salah satu dari sekian banyak jenis hotel yang ada, *budget-business* menjadi jenis hotel yang tingkat okupansinya tinggi. Hal tersebut dikarenakan harganya yang terjangkau, efektif dan efisien, sehingga menarik minat konsumen untuk menginap. Menurut editor kanal properti situs *kompas.com*, *Budget hotel* memang makin diminati investor karena modal cepat kembali. Hotel semacam ini pun juga banyak dicari *business travelers*, yang jumlahnya makin banyak di Indonesia (Robert Adhi Ksp, 2011, *Ramai-ramai Bangun Budget Hotel*, diakses tanggal 13 Desember 2016).



Gambar 4.13 Diagram Hasil Kuisioner: Pernah atau tidaknya menginap di hotel

Sumber : Data Pribadi

Berdasarkan diagram diatas, sebanyak 60% responden menyatakan pernah menginap di *budget-business* hotel, sementara 40% yang lainnya menyatakan bahwa belum pernah menginap di *budget-business* hotel.

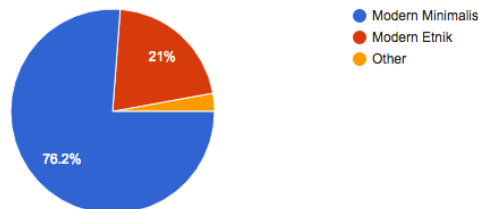
h. Jenis Dekorasi Hotel

Dekorasi yang paling diminati responden adalah jenis dekorasi modern minimalis untuk diaplikasikan pada *budget-business hotel*. Kemudian jenis dekorasi modern minimalis diberi sentuhan dengan dekorasi etnik *old-batavia*. Jenis dekorasi



tersebut dipilih sendiri oleh responden dan akan diaplikasikan pada konsep desain interior dari POP! Hotel Kemang.

- Jenis Dekorasi

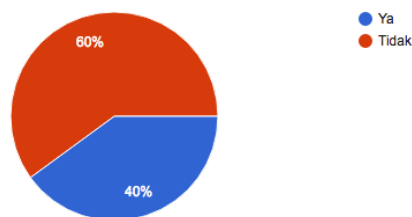


Gambar 4.14 Diagram Hasil Kuisisioner: Jenis Dekorasi Hotel

Sumber : Data Pribadi

Berdasarkan diagram diatas, sebanyak 76.2% responden menginginkan jenis dekorasi modern minimalis pada hotel, sebanyak 21% responden lebih menginginkan dekorasi modern etnik dan 2.9% responden memilih lainnya.

- Dekorasi *Old-Batavia*

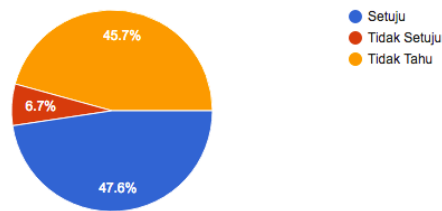


Gambar 4.15 Diagram Hasil Kuisisioner: Dekorasi Old Batavia

Sumber : Data Pribadi

Berdasarkan diagram diatas, sebanyak 60% responden belum pernah mendengar tentang old Batavia. Sedangkan sebanyak 40% responden mengaku sudah pernah mendengar tentang old Batavia.

- Persetujuan Tentang Dekorasi Old Batavia



Gambar 4.16 Diagram Hasil Kuisioner: Persetujuan Tentang Dekorasi Old Batavia

Sumber : Data Pribadi

Berdasarkan diagram diatas, sebanyak 47.6% responden menyatakan setuju dengan adanya hotel yang memiliki dekorasi old Batavia, sedangkan sebanyak 45.7% menyatakan tidak tahu, dan 5.7% responden menyatakan tidak setuju apabila sebuah hotel memiliki dekorasi old Batavia.

i. Pernyataan Pengunjung

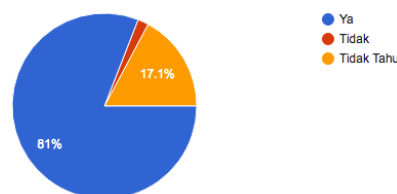
Berikut ini beberapa keinginan dan harapan responden akan Hotel Budget-business berdasarkan hasil kuisioner yang telah disebarkan:

- Dekorasi hotel diharapkan dengan konsep yang modern minimalis sehingga dapat menunjukkan keefisienan sebuah budget hotel.
- Kenyamanan pelayanan terhadap pengunjung diharapkan mampu menambah antusias pengunjung terhadap hotel.
- Di dalam hotel terdapat jaringan wifi yang kuat untuk membantu keperluan pengunjung.
- Memiliki fasilitas yang memadai dan memberikan kenyamanan pada pengunjungnya, dengan harga yang terjangkau dan lokasi yang strategis.
- Desain yang unik dan memberikan kesan ingatan yang membekas, sehingga dapat membuat pengunjung kembali lagi untuk menginap.

Beberapa keinginan pengunjung diatas, akan dijadikan sebagai acuan dalam meredesain POP! Hotel Kemang. Keinginan pengunjung Hotel Budget-business akan dipenuhi di POP! Hotel Kemang melalui konsep desain dan dekorasi interior yang ditawarkan.



Pertanyaan berikut, merupakan kesediaan pengunjung untuk kembali datang lagi apabila keinginan mereka terpenuhi.



Gambar 4.17 Diagram Hasil Kuisisioner: Pernyataan Persetujuan pengunjung

Sumber : Data Pribadi

Berdasarkan diagram diatas, sebanyak 81% responden menyatakan akan kembali menginap di hotel apabila keinginan mereka terpenuhi. Sebanyak 17.1% menyatakan tidak tahu dan sebanyak 1.9% responden menyatakan tidak akan kembali menginap di hotel walaupun keinginan mereka dipenuhi.

j. Kesimpulan Kuisisioner

Sehingga, kesimpulan yang dapat diambil dari hasil kuisisioner tentang hotel budget ini adalah, tujuan utama untuk menginap di suatu hotel ialah untuk berlibur dengan keluarga dengan lama menginap 1 sampai 2 hari. Faktor utama dalam memilih sebuah hotel, ialah faktor harga dengan harapan terdapat fasilitas yang lengkap semisal kolam renang, namun menurut responden, fasilitas yang dirasa sangat mutlak adanya pada suatu *budget-business* hotel adalah fasilitas wifi, café/restoran, serta internet corner untuk menunjang aktivitas para tamu hotel. Sebagian besar responden lebih menginginkan jenis dekorasi hotel modern-minimalis dan setuju dengan adanya dekorasi hotel bertema *old-batavia*. Sebagian



besar responden mengharapkan fasilitas hotel yang dapat menunjang kegiatan bisnis, dengan harga yang terjangkau.

4.5 Konsep Makro

Konsep makro yang akan diterapkan pada interior POP! Hotel Kemang merupakan solusi masalah yang dihadapi oleh objek desain. Dari analisa permasalahan, terdapat tiga poin utama yang harus diselesaikan, yaitu:

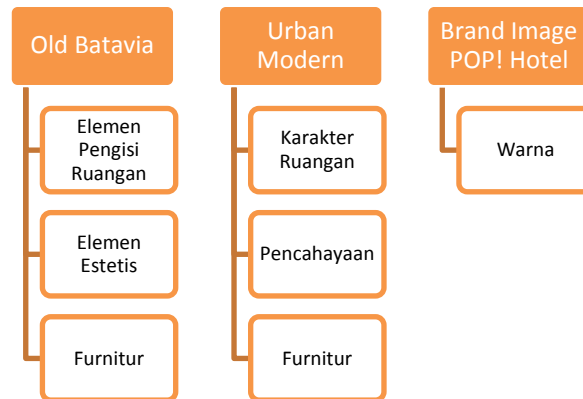
1. Menerapkan unsur tema *old Batavia* pada interior POP! Hotel Kemang agar dapat menjadi sebuah media pengenalan budaya lokal, khususnya kota Jakarta.
2. Aplikasi tema *old Batavia* pada interior POP! Hotel Kemang agar sesuai dengan *brand image* dari POP! Hotel.
3. Suasana kondusif pada interior POP! Hotel Kemang dengan *active noise reduction* walaupun berada di pusat keramaian dan di pinggir jalan raya.

Maka dari itu, untuk menyelesaikan permasalahan tersebut penulis membuat sebuah konsep *budget-business hotel* yang dapat mendukung suasana kondusif dengan aplikasi tema *old Batavia* dengan memperhatikan *brand image* dari POP! Hotel itu sendiri.

Konsep tersebut merupakan sebuah konsep yang menciptakan suasana *old Batavia* pada interior POP! Hotel Kemang sebagai media pengenalan nilai sejarah Kota Tua Jakarta yang disesuaikan dengan *brand image* POP! Hotel Kemang, yaitu bertema *fun and eco friendly hotel*.

4.6 Konsep Mikro

Konsep makro yang telah dibahas sebelumnya, kemudian dijadikan kerangka utama acuan pada konsep aplikasi interior dari POP! Hotel Kemang. Konsep desain interior yang akan diaplikasikan pada tahapan perancangan interior nantinya, dapat dijabarkan sebagai berikut,

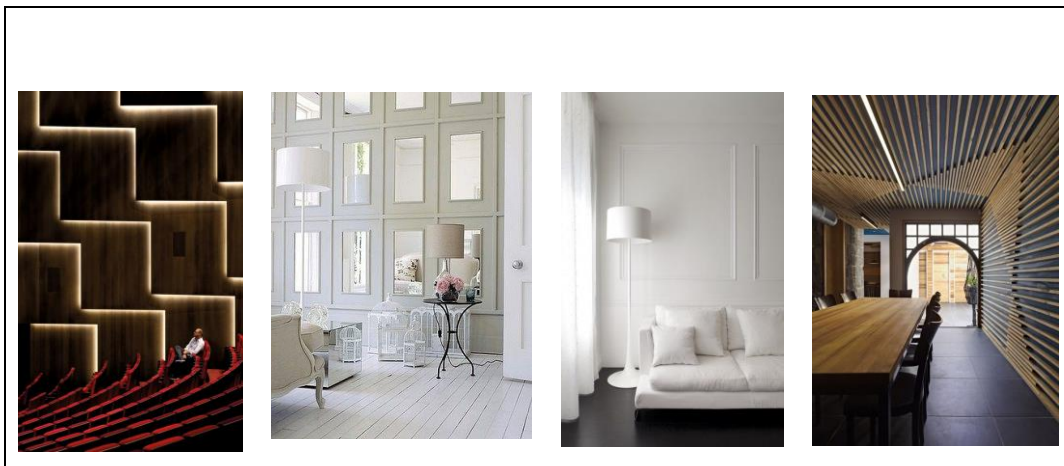


Gambar 4.18 Diagram Konsep Mikro

Sumber : Data Pribadi

4.6.1 Konsep Dinding

Konsep dinding yang akan diterapkan pada interior dari POP! Hotel Kemang adalah dinding massif putih dengan siluet *clean* dan diselingi beberapa dinding yang dilapisi panel kayu dengan bentuk-bentuk geometris sebagai *point of interest* yang direncanakan akan dibangun pada ruangan tertentu, seperti café dan lobby. Pada beberapa tempat, dan terutama pada dinding area kamar tidur hotel, akan menggunakan dinding yang bersifat meredam suara sehingga tamu nyaman, dan tidak terganggu oleh suara dari luar.



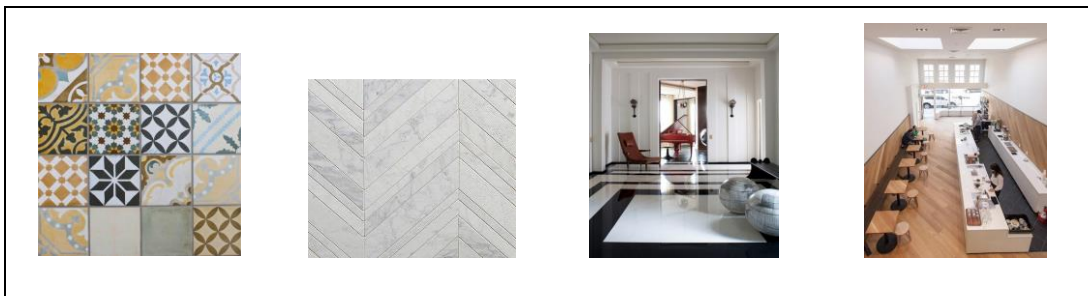
Gambar 4.19 Konsep Dinding

Sumber : id.pinterest.com



4.6.2 Konsep Lantai

Konsep lantai yang akan digunakan pada desain interior POP! Hotel Kemang, adalah tidak terlalu banyak pola atau *pattern*. Pola atau *pattern* disini berfungsi sebagai partisi atau penanda pemisah antar ruangan. Material yang akan digunakan meliputi *white ceramics*, *white marble*, tegel, dan parket kayu.

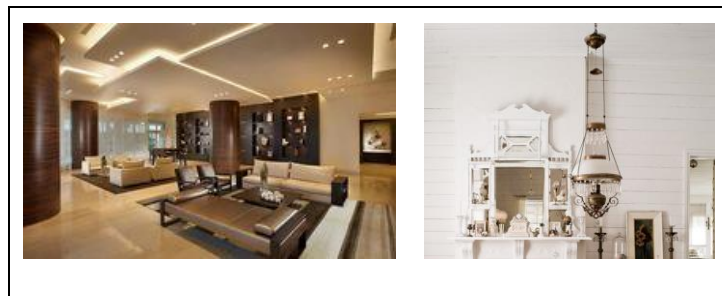


Gambar 4.20 Konsep Lantai

Sumber : id.pinterest.com

4.6.3 Konsep Plafon/Ceiling

Plafon atau *ceiling* pada konsep ini, akan menggunakan konsep *up & down ceiling* yang dimana akan terdapat permainan *lighting* dengan siluet geometris, yang sesuai dengan konsep urban modern. Namun, pada beberapa area publik akan diberikan elemen estetis berupa lampu gantung antik betawi.



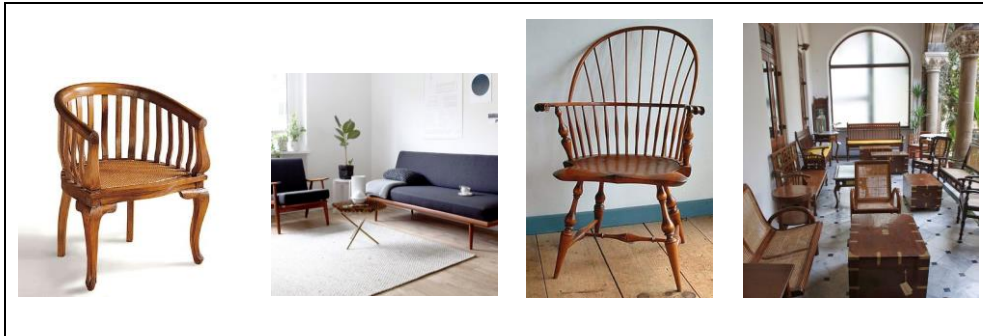
Gambar 4.21 Konsep Plafon

Sumber : id.pinterest.com



4.6.4 Konsep Furnitur

Aplikasi konsep furnitur pada konsep *old Batavia* disini, yaitu dengan menggabungkan furniture antik yang bernuansa betawi tempo dulu, furniture dengan bentukan kolonial serta furnitur modern dengan siluet *clean*. Material yang digunakan berupa kayu dengan finishing gelap, *faux leather* dan rotan.



Gambar 4.22 Konsep furniture

Sumber : id.pinterest.com

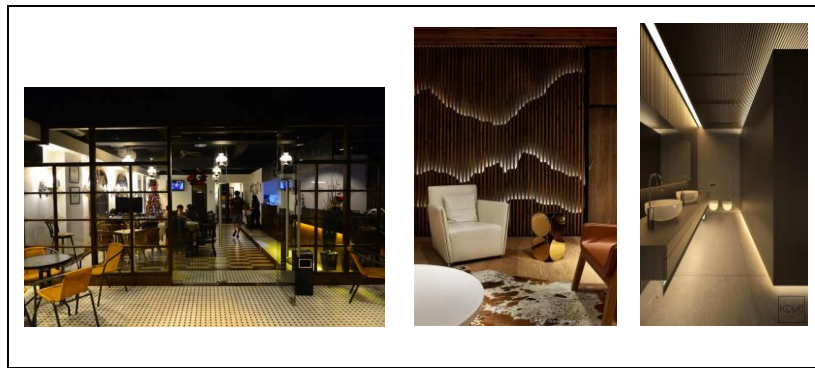
4.6.5 Konsep Pencahayaan

Dalam teori interior, ada tiga tipe pencahayaan berdasarkan fungsinya yaitu *general lighting*, *task lighting* dan *accent lighting*. Untuk mendapatkan nuansa ruangan yang diinginkan, penggabungan ketiga jenis pencahayaan tersebut adalah salah satu cara yang dapat dilakukan. Karena pencahayaan dapat mempengaruhi *mood* dari pengunjung dan suasana ruang pada bangunan tersebut. Berikut ini merupakan beberapa konsep pencahayaan yang digunakan pada POP! Hotel Kemang,

1. **Local lighting**, atau pencahayaan lokal. Pencahayaan jenis ini ditujukan untuk aktivitas sehari-hari. Pencahayaan dimaksud untuk membuat mata tidak cepat lelah.
2. **Accent lighting**, atau pencahayaan yang berfungsi sebagai aksen. Pencahayaan jenis ini bisa dipakai sudut tertentu, barang tertentu menjadi menonjol.



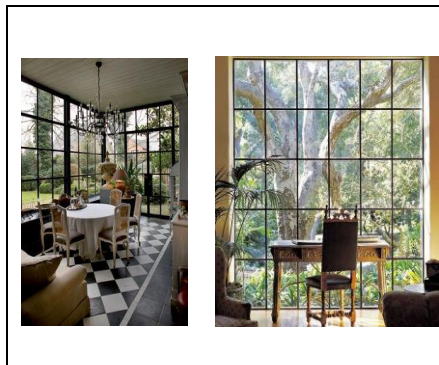
Pencahayaan seperti ini dapat membimbing pengunjung untuk melihat suatu barang atau koleksi tertentu. Atau hanya sebagai elemen estetis.



Gambar 4.23 Konsep *accent lighting*

Sumber : id.pinterest.com

3. **Natural lighting**, Pencahayaan ini umumnya digunakan pada siang hari yang mendukung konsep POP! Hotel Kemang pada area lobby dan café.



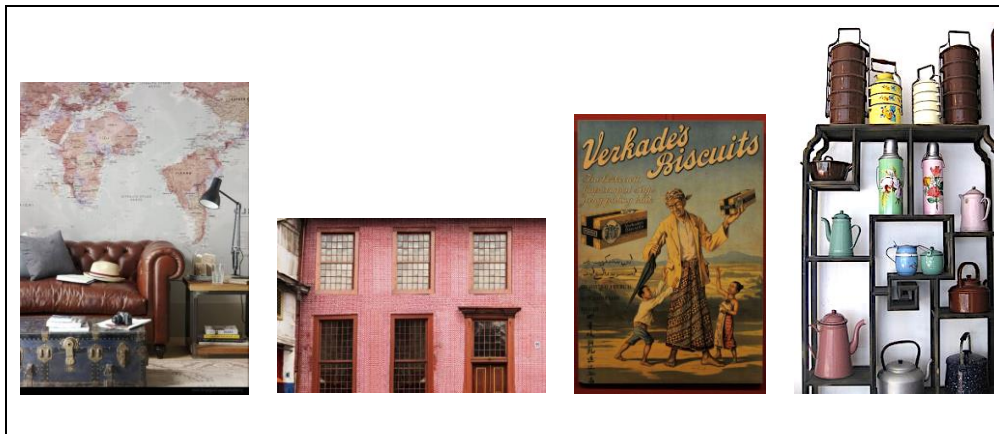
Gambar 4.24 Konsep *natural lighting*

Sumber : id.pinterest.com



4.6.6 Konsep Elemen Estetis

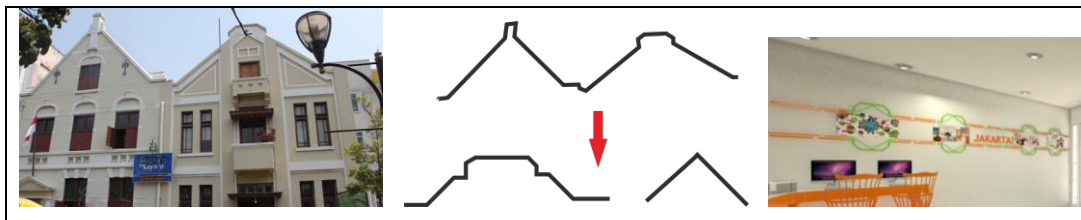
Konsep elemen estetis pada tema *old Batavia*, yaitu dengan menggunakan barang-barang antik, seperti poster *vintage*, elemen estetis khas betawi peranakan, serta grafis elemen bangunan dari kota tua Jakarta, selain itu juga diaplikasikan mural yang menggambarkan kota tua Jakarta pada beberapa bagian dinding interior. Selain elemen visual, elemen non visual juga turut memperkuat kesan *old batavia*. Elemen non visual yang digunakan antara lain adalah background musik pada area lobby dan cafe yang memutar instrumen musik keroncong.



Gambar 4.25 Konsep elemen estetis

Sumber : id.pinterest.com

Kemudian, aplikasi transformasi bentuk dari atap bangunan gedung Museum Wayang yang akan diaplikasikan sebagai elemen geometris pada *backdrop* pada area lobby.



Gambar 4.26 Transformasi bentuk dari atap Gedung

Sumber : Data Pribadi

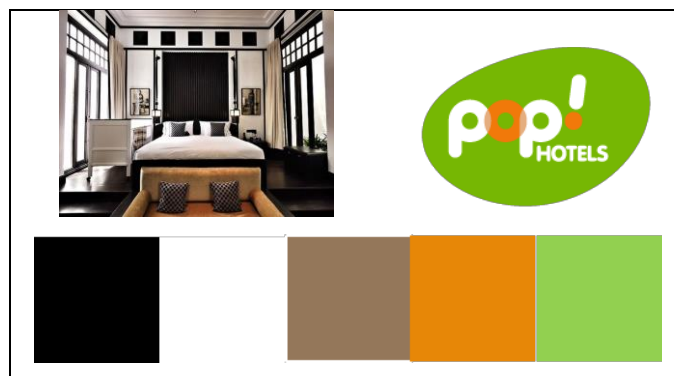


4.6.7 Konsep Penghawaan

Menggunakan system penghawaan buatan atau AC dengan jenis central pada hampir seluruh bagian ruangan, kecuali pada kamar tidur, menggunakan AC Split.

4.6.8 Konsep Warna

Konsep warna yang akan diterapkan yaitu mengacu pada konsep warna urban modern, dan warna dari *brand image* POP! Hotel itu sendiri,



Gambar 4.27 Konsep Warna

Sumber : id.pinterest.com



(Halaman ini sengaja dikosongkan)



BAB V

PROSES DAN HASIL DESAIN

5.1 Alternatif Layout

Dalam menemukan layout desain terbaik dibutuhkannya sebuah acuan yang akan dijadikan parameter dalam proses pembuatan layout. Kriteria yang digunakan adalah *old batavia*, *urban-modern*, sirkulasi, dan kenyamanan. Berikut merupakan tabel *weight method* yang digunakan untuk menemukan denah terpilih,

Tabel 5.1 Weighted Method

Kriteria / tujuan	Old-Batavia	Urban Modern	Sirkulasi	Nyaman	Hasil	Rank	Mark	Bobot Relatif
Old Batavia	-	1	1	1	1	I	90	0,290
Urban Modern	1	-	0	0	1	III	65	0,209
Sirkulasi	1	1	-	0	2	II	80	0,258
Nyaman	1	1	1	-	3	II	75	0,241
Overall Value							310	1

1 = Lebih penting

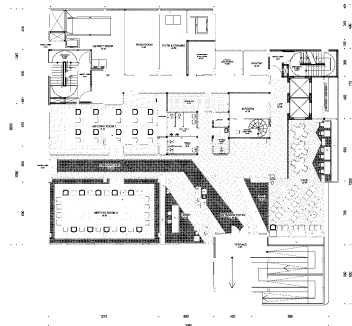
0 = Tidak lebih penting

Skala Mark = 0 -100

Dari data yang tertera pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa *old batavia* menjadi parameter utama berdasarkan nilai bobot relatif sebesar 0,290. Namun, juga terdapat beberapa kriteria lain yang juga dijadikan sebagai acuan dalam membuat layout ruangan. Beberapa alternatif dibuat sebagai pembandingan desain layout terbaik yang akan dipilih dalam perencanaan desain interior POP! Hotel Kemang ini nantinya.



5.1.1 Alternatif Layout 1

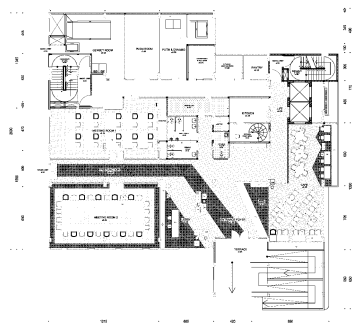


Gambar 5.1 Alternatif layout 1

Sumber : Data Pribadi

Layout plan pada alternatif 1 ini sudah baik. Letak lobby reception serta internet corner yang merupakan satu area, mudah terlihat dan dijangkau pengunjung. Pola lantai sebagai *wayfinding* bagi pengunjung yang hanya mendatangi ruang meeting sudah tertata dengan baik sehingga pengunjung dapat dengan mudah mengakses ruang meeting tersebut. Area cafe dapat diakses dengan mudah bagi tamu hotel yang menginap, karena letak pintu masuk mudah terlihat ketika tamu hotel keluar dari lift. Pintu masuk cafe hanya terdapat 1 untuk memudahkan pendataan pengunjung. Tata layout per area juga sudah sesuai dengan ergonomi.

5.1.2 Alternatif Layout 2



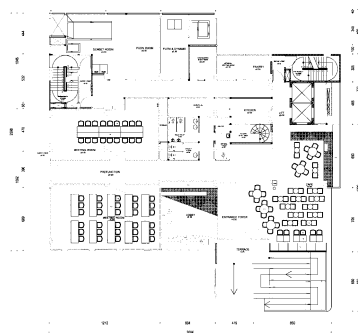
Gambar 5.2 Alternatif layout 2

Sumber : Data Pribadi



Layout plan pada alternatif 2 ini sudah cukup baik. Letak lobby reception serta internet corner yang merupakan satu area, mudah terlihat dan dijangkau pengunjung. Pola lantai sebagai *wayfinding* bagi pengunjung yang hanya mendatangi ruang meeting sudah tertata dengan baik sehingga pengunjung dapat dengan mudah mengakses ruang meeting tersebut. Area cafe dapat diakses dengan mudah bagi tamu hotel yang menginap, karena letak pintu masuk mudah terlihat ketika tamu hotel keluar dari lift. Pintu masuk cafe hanya terdapat 1 untuk memudahkan pendataan pengunjung. Tata layout per area juga sudah sesuai dengan ergonomi. Layout alternatif 2 merupakan layout yang sama dengan layout alternatif 1, namun dengan *styling* desain yang berbeda.

5.1.3 Alternatif Layout 3



Gambar 5.3 Alternatif layout 3

Sumber : Data Pribadi

Pada layout plan ini, posisi lobby reception yang berada di sebelah kiri dan menghadap pintu masuk dirasa kurang pas karena menghalangi sirkulasi pengunjung yang akan menuju ruang meeting maupun lift dan cafe sehingga area sirkulasi dirasa sempit dan kurang nyaman untuk digunakan. Area cafe dapat diakses dengan mudah bagi tamu hotel yang menginap, karena letak pintu masuk mudah terlihat ketika tamu hotel keluar dari lift. Pintu masuk cafe hanya terdapat 1 untuk memudahkan pendataan pengunjung. Namun tata letak furnitur pada area cafe kurang baik dan kurang sesuai dengan ergonomi.



5.1.4 *Weighted Method*

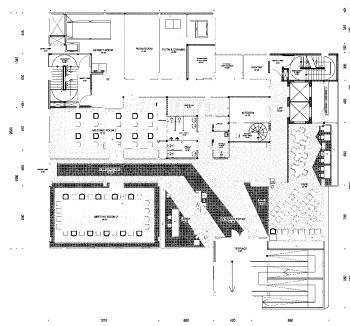
Berikut ini merupakan sajian data tabel weighted method sebagai parameter untuk memilih denah terpilih,

Tabel 5.2 Weighted Method

Tujuan	Bobot	Parameter	Alternatif I			Alternatif II			Alternatif III		
			M	S	V	M	S	V	M	S	V
Old-Batavia	0,290	Elemen Estetis	Very Good	9	2,61	Very good	8	2,32	Good	7	2,03
		Furnitur	Good	8	2,32	poor	6	1,74	poor	6	1,74
		Ornmen kota tua	Very good	9	2,61	good	7	2,03	good	8	2,32
Urban Modern	0,209	Warna ruang	Good	8	1,67	Very Good	9	1,9	Good	7	1,5
		Furniture	Poor	6	1,25	Good	9	1,9	good	8	1,7
Sirkulasi	0,258	Layout ruang	Good	7	1,81	Good	7	1,81	poor	5	1,3
		Furnitur	Good	7	1,81	Good	8	2,1	Good	7	1,81
Nyaman	0,241	Tata letak furniture	Very Good	9	2,17	good	7	1,7	poor	6	1,45
		Pencahayaan	Good	8	1,93	Very Good	9	2,17	Poor	6	1,45
Overall Value Utility			18,18			17,67			15,30		

Setelah dianalisa dengan mengacu pada tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa alternatif terbaik merupakan alternatif layout 1.

5.2 Pengembangan Alternatif Layout Terpilih



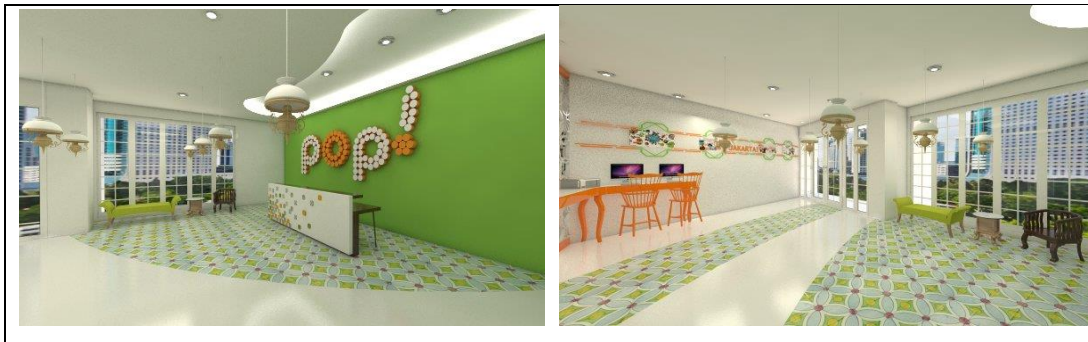
Gambar 5.4 Pengembangan Layout Terpilih

Sumber : Data Pribadi



Hasil dari analisa weighted method yang telah dilakukan menyimpulkan bahwa alternatif layout terbaik, yaitu alternatif layout 1. Alternatif layout 1 kemudian dikembangkan lebih lanjut untuk mencapai layout yang efektif dan efisien.

Area yang paling banyak mengalami pengembangan, yaitu area cafe. Pada area ini, terdapat perubahan konsep desain yang sebelumnya memiliki suasana kolonial, dirubah menjadi lebih menyesuaikan brand image dari POP! Hotel melalui perubahan warna pada beberapa elemen desain. Selain itu, ruang terpilih 3, yang semula merupakan *meeting room* diganti menjadi *double bedroom*.



Gambar 5.5 Pengembangan Lobby

Sumber : Data Pribadi

Pada area lobby reception dan internet corner, layout furnitur disusun sedemikian rupa agar dapat memaksimalkan ruangan. Furnitur yang digunakan memiliki bentuk yang dinamis serta warna yang mengacu pada warna dari *brand image* POP! Hotel, sebagai manifestasi dari konsep *brand image* POP! Hotel. Elemen estetis seperti lampu antik betawi, serta elemen info grafis diaplikasikan untuk memperkuat tema *old batavia*. Aksan plafon berupa *up ceiling* dengan *hidden lamp* memberikan kesan modern.



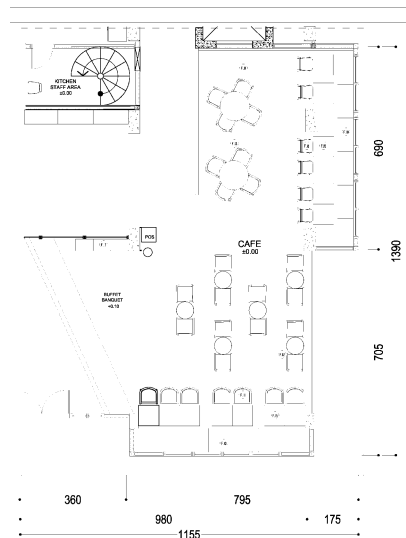
Gambar 5.6 Pengembangan Cafe

Sumber : Data Pribadi

Pada area cafe, tema *old batavia* ingin lebih ditonjolkan melalui bentukan furnitur, yang merupakan furnitur antik betawi serta aplikasi tegel antik dengan pola khusus pada lantai cafe. Selain itu, pengaplikasian elemen estetis berupa lampu gantung betawi antik serta mural yang menggambarkan suasana Kota Tua Jakarta pada masa kolonial. Selain itu, konsep *brand image* POP! Hotel ditonjolkan melalui aplikasi warna pada furnitur.

5.3 Pengembangan Desain Ruang Terpilih 1

5.3.1 Layout Furnitur



Gambar 5.7 Layout Ruang terpilih 1

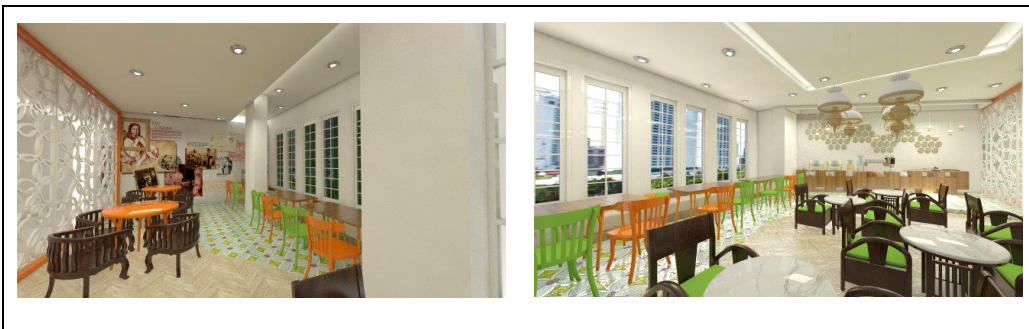
Sumber : Data Pribadi



Ruang terpilih 1 merupakan area cafe. Area cafe merupakan salah satu bagian penting dari suatu desain hotel sehingga baik desain, layout maupun sirkulasi harus dipikirkan dengan baik. Dalam desain eksisting, area cafe masih kurang maksimal baik dari segi desain maupun segi sirkulasi. Pintu masuk, dari yang sebelumnya terbuka tanpa ada sekat, dirubah menjadi satu pintu masuk dengan menambah sekat untuk membatasi area lobby reception dan cafe sehingga staff hotel dapat dengan mudah mengontrol tamu yang keluar-masuk cafe.

Selain itu, tema *old batavia* ingin lebih ditonjolkan melalui bentukan furnitur, yang merupakan furnitur antik betawi serta aplikasi tegel antik dengan pola khusus pada lantai cafe. Aplikasi elemen estetis berupa lampu gantung betawi antik serta mural yang menggambarkan suasana Kota Tua Jakarta pada masa kolonial. Selain itu, konsep *brand image* POP! Hotel ditonjolkan melalui aplikasi warna pada furnitur.

5.3.2 Suasana Ruang



Gambar 5.8 3D Ruang Terpilih 1

Sumber : Data Pribadi

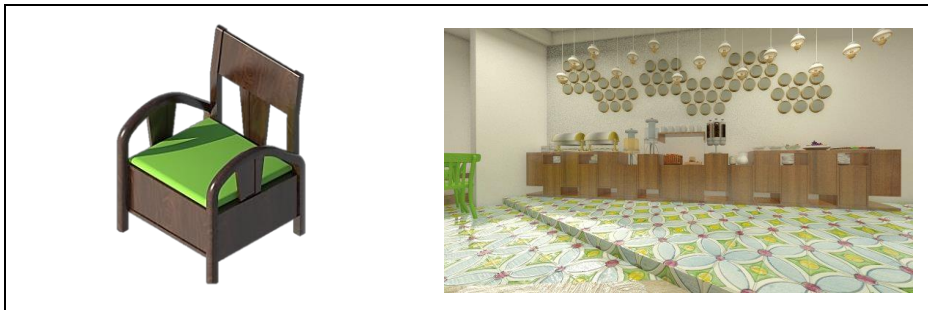
Tema *old batavia* pada area cafe ditampilkan melalui pemilihan furnitur, serta elemen estetis dan beberapa elemen pembentuk ruang seperti lantai. Material lantai, menggunakan parket berwarna terang dengan aksen pola lantai berupa keramik berpola tegel. Pada ceiling, diaplikasikan pola *up ceiling* dengan material gypsum finish cat putih. Di sisi lain, gaya urban modern tampak melalui pemilihan bentuk meja makan, serta bentuk buffet prasmanan berikut materialnya



yang berupa kayu sungkai dengan finishing natural glossy. Selain itu, konsep *brand image* sangat jelas tertampak pada warna yang diaplikasikan pada furnitur, yakni orange, hijau serta biru sebagai aksen.

Penataan furnitur, disesuaikan dengan standar ergonomi restoran sehingga diharapkan dapat digunakan dengan nyaman oleh pengunjung. Selain itu, penggunaan full dinding kaca dengan material kaca *tinted glass* diharapkan dapat memaksimalkan fungsi *daylighting* pada area ini di siang hari.

5.3.3 Elemen Furnitur dan Estetis



Gambar 5.9 Detail Ruang Terpilih 1

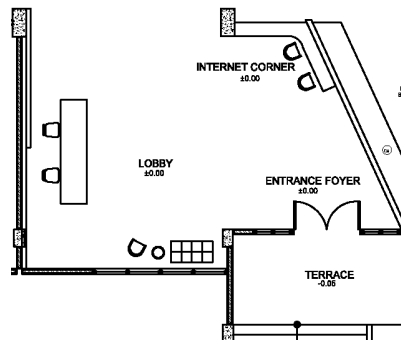
Sumber : Data Pribadi

Gambar diatas merupakan furnitur dan elemen pada ruang terpilih 1, yaitu cafe yang merupakan perpaduan dari tema *old batavia* dan *brand image* dari POP! Hotel itu sendiri. Furnitur set meja dan kursi bemo yang merupakan furnitur antik betawi yang diaplikasikan dengan material kayu sungkai dan dengan aksen *cushion* material *faux leather* berwarna hijau. Kemudian elemen estetis berupa lampu gantung antik khas betawi dengan material kap lampu berupa kaca doff putih dan dengan rangkanya yang diberi finishing coating emas doff untuk memberi kesan tua namun tetap selaras dengan elemen interior lainnya. Meja buffet prasmanan dengan bentukan minimalis yang dinamis terbuat dari material kayu sungkai dengan finishing natural glossy.



5.4 Desain Ruang Terpilih 2

5.4.1 Layout Furnitur Ruang Terpilih 2



Gambar 5.10 Layout Ruang terpilih 2

Sumber : Data Pribadi

Ruang terpilih 2, yaitu lobby merupakan salah satu area yang sangat penting pada suatu desain hotel, sehingga sirkulasi serta penataan layout pada area ini menjadi sangat penting dan harus didesain dengan baik. Pada desain eksisting, posisi area lobby berhimpit dengan area cafe dan meeting room, sehingga dirasa kurang luas untuk sebuah lobby walaupun sirkulasi sudah cukup baik. Kemudian, posisi lobby dirubah sehingga berada di bagian depan, di sebelah kiri pintu masuk serta bersebrangan dengan internet corner. Pada area ini, untuk memaksimalkan luasan ruang yang tidak begitu besar, layout furnitur ditata sedemikian rupa agar efektif dan efisien.

5.4.2 Suasana Ruang



Gambar 5.11 Suasana ruang terpilih 2

Sumber : Data Pribadi



Tema *old batavia* tampak melalui elemen estetis mural, lampu gantung antik betawi serta permainan pola lantai yang menggunakan material keramik dengan pola tegel antik. Kemudian, agar sesuai dengan konsep *brand image* POP Hotel, diaplikasikan bentukan yang dinamis pada furnitur, serta permainan warna yang sesuai dengan warna *brand image* dari POP! Hotel itu sendiri.

5.4.3 Elemen Furnitur dan Estetis



Gambar 5.12 Elemen Furnitur dan Estetis Lobby

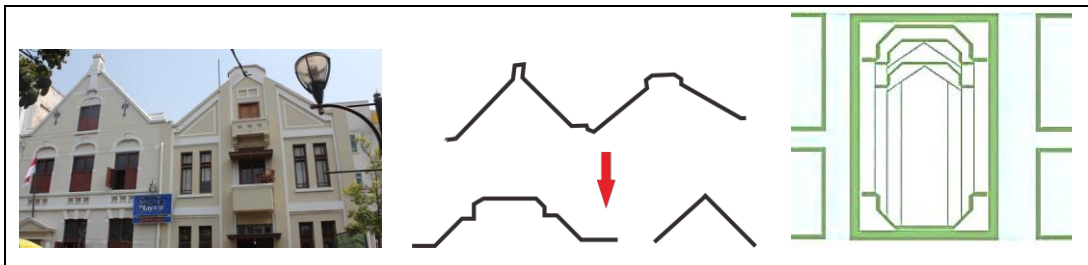
Sumber : Data Pribadi

Pada area lobby, furnitur dan elemen estetis yang digunakan merupakan hasil dari perpaduan tema *old batavia* serta konsep *brand image* dari POP! Hotel itu sendiri. Pengembangan tema *old batavia* tersaji dalam elemen estetis mural tembok dan lampu gantung antik betawi. Mural pada tembok juga berfungsi sebagai partisi antara area cafe dan internet corner. Kemudian lampu gantung antik betawi berfungsi sebagai aksen ceiling area lobby. Kemudian konsep *brand image* dari POP! Hotel dihadirkan melalui pengaplikasian warna *brand image* baik pada furnitur maupun backdrop reception.

Kursi pada lobby merupakan kursi antik betawi yang dimodifikasi agar lebih simpel, dan juga terdapat meja dan kursi lenong khas betawi. Selain itu, meja resepsionis terbuat dari material kayu sungkai, serta HPL putih glossy dengan aksen *cutting* tegel pada bagian depan meja yang ditata membentuk pola tertentu. Backdrop reception, terdapat identitas korporat berupa logo, serta memiliki bentuk yang dinamis dengan finishing HPL glossy berwarna hijau.



Bentukan elemen estetis pada dinding partisi di area *internet corner* merupakan aplikasi transformasi bentuk dari atap gedung Museum Wayang.

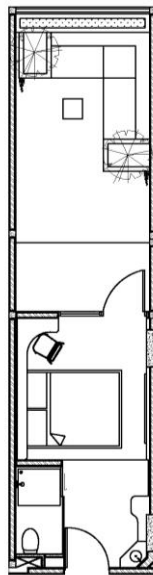


Gambar 5.13 Transformasi Bentuk Atap

Sumber : Data Pribadi

5.5 Desain Ruang Terpilih 3

5.5.1 Layout Furnitur Ruang Terpilih 3



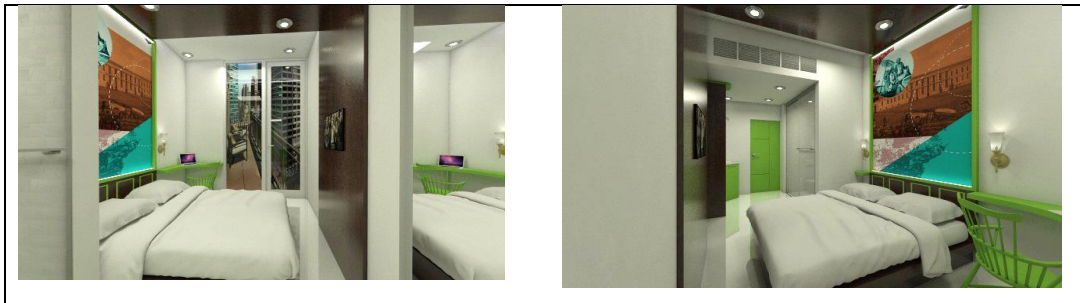
Gambar 5.14 Layout *Double Bedroom*

Sumber : Data Pribadi



Double Bedroom yang merupakan Ruang Terpilih 3 merupakan salah satu tipe kamar yang ditawarkan oleh POP! Hotel Kemang. Keseluruhan area kamar tidur pada POP! Hotel Kemang dapat dikelompokkan menjadi 2 area, yaitu area kamar tidur dan area kamar mandi mengingat keterbatasan luasan kamar dan tipe hotel. Area kamar tidur sengaja diletakkan sedikit jauh dari entrance untuk memberi privasi bagi tamu hotel.

5.5.2 Suasana Ruang



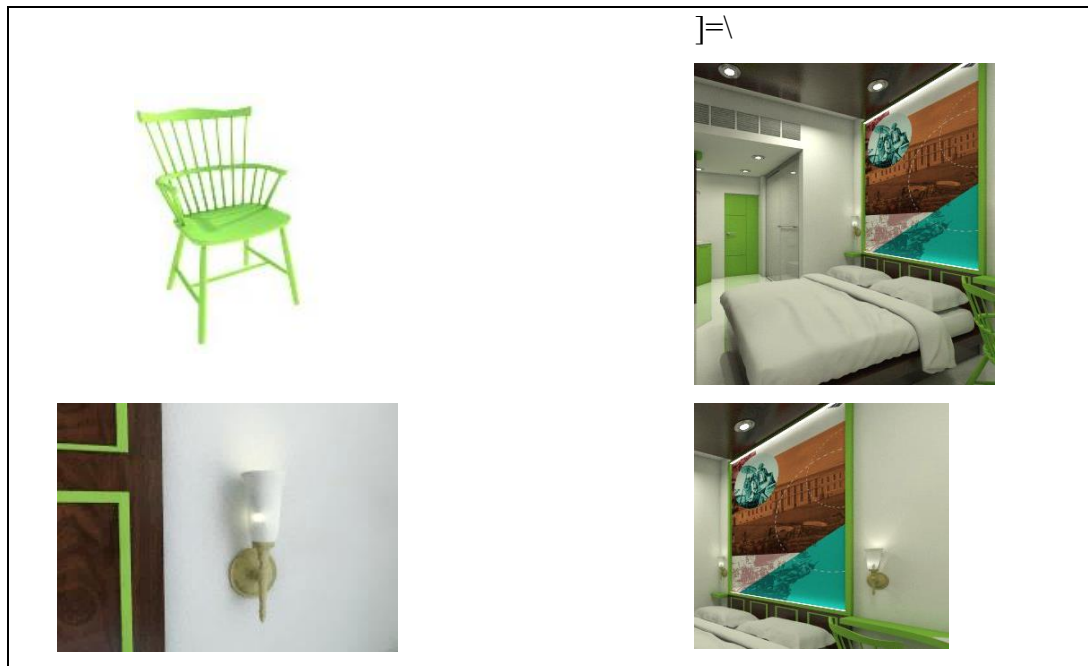
Gambar 5.15 Layout *Double Bedroom*

Sumber : Data Pribadi

Pada area kamar, kebanyakan menggunakan material glossy serta berwarna putih untuk mengakali keterbatasan ruang pada *Double bedroom*. Selain itu, bentukan minimalis dan sesuai fungsi dipilih sebagai bentukan furnitur. Pengaplikasian cermin yang terletak didepan area kamar mandi selain dapat digunakan sesuai fungsinya, juga untuk memberikan kesan luas pada ruangan . Tema *old batavia* dihadirkan lewat kursi single, aksesoris lampu kuno, mural serta *custom headboard* yang terinspirasi dari panel dinding kolonial dan aksesoris kayu dengan finishing berwarna coklat gelap. Konsep *brand image* POP! Hotel dihadirkan lewat aksesoris warna hijau yang sesuai dengan warna korporat POP! Hotel.



5.5.3 Elemen Furnitur dan Estetis



Gambar 5.16 Layout *Double Bedroom*

Sumber : Data Pribadi

Pada area kamar, bentukan furnitur didominasi oleh bentukan minimalis dan sesuai fungsi dikarenakan keterbatasan luasan ruangan, mengingat POP! Hotel adalah sebuah hotel *budget*. Tema *old batavia* dihadirkan lewat pemilihan bentukan kursi, serta *headboard* yang memiliki material kayu sungkai dengan *finishing* coklat gelap. Sentuhan konsep *brand image* POP! Hotel tertuang dalam aksesoris warna pada kursi, ambalan meja, dan *headboard*.

Elemen estetis berupa lampu antik dan mural pada *backdrop* televisi, semakin memperkuat tema *old batavia*, namun tetap sesuai dengan *brand image* dari POP! Hotel itu sendiri.



(Halaman ini sengaja dikosongkan)



BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Dari pembahasan mengenai Desain Interior POP! Hotel Kemang Sebagai *Budget-Business Hotel* dengan Tema *Old-Batavia*, dapat disimpulkan beberapa hal, antara lain:

1. Konsep tema *Old Batavia* dengan tetap mengacu pada *brand image* hotel untuk menjadi daya tarik bagi para wisatawan baik asing maupun lokal karena konsep ini cukup berbeda dibanding beberapa hotel sekelas di Jakarta.
2. Tema *Old Batavia* ditampilkan melalui pemilihan furniture dan elemen estetis, pemilihan warna *finishing* kayu, material lantai, mural dinding, aksesoris pada *backdrop* lobby, serta pemilihan bentuk jendela dan pintu.
3. Konsep *brand image* POP! Hotel ditonjolkan melalui warna korporat POP! Hotel, yakni hijau dan oranye sebagai aksesoris warna pada furniture dan elemen estetis.
4. Kebutuhan tamu hotel yang berkunjung dalam rangka pekerjaan harus diperhatikan dan dipenuhi secara maksimal mengingat POP! Hotel adalah *Budget-business hotel*.
5. Sirkulasi yang efektif dan efisien pada sebuah hotel dapat didesain dengan memperhatikan kedekatan area satu dan lainnya serta akses masuk dan keluar pada sebuah ruang (hubungan dan sirkulasi ruang) yang sangat dipengaruhi oleh alur kegiatan dan operasional hotel.
6. Hasil dari proses redesign ini adalah, rancangan desain interior area lobby, café, serta kamar tidur di POP! Hotel Kemang yang bertema *old Batavia* dan sesuai dengan korporat image, yang memperhatikan efisiensi dan efektivitas alur sirkulasi, baik untuk tamu maupun staff hotel.



6.2 Saran

Beberapa saran yang menjadi pertimbangan dalam proses Desain Interior POP! Hotel Kemang Sebagai *Budget-Business Hotel* dengan Tema *Old-Batavia* adalah,

1. Kebutuhan tamu hotel dari segmen pebisnis, pengusaha dan pekerja kantoran harus lebih diakomodir dan dimaksimalkan mengingat hotel ini adalah *budget-business hotel*.
2. *Brand image* dari POP! Hotel tidak boleh dihilangkan begitu saja pada rancangan desain, mengingat lokasi hotel yang tersebar di berbagai kota dan telah memiliki standar desainnya sendiri.
3. Keberadaan hotel *budget* yang semakin menjamur di kota Jakarta harus ditanggapi secara positif oleh pihak-pihak manajemen hotel dengan menerapkan konsep desain yang menarik dan berbeda dari kebanyakan desain hotel sekelasnya.

DAFTAR PUSTAKA

Panero, J.; Zelnik, M. *Human Dimension & Interior Space*. New York, WatsonGuptill. 2003.

Neufert, Ernst dan Sjamsu Amril. *Data Arsitek, Jilid 2 Edisi Kedua*. Penerbit Erlangga, Jakarta. 1995.

Neufert, Ernst dan Sunarto Tjahjadi. *Data Arsitek, Jilid 1 Edisi 33*. Penerbit Erlangga, Jakarta. 1997.

Indrawan, Muhammad Gibran. 2010. *Hotel Bisnis Bintang Tiga*.

Marlin, Nurgara Benyal. 1996. *Hotel Bisnis*.

Moxon, Sian. *Sustainability in Interior Design*. London, Laurence King Publishing. 2012

https://en.wikipedia.org/wiki/Mampang_Prapatan,_South_Jakarta, diakses tanggal 19 November 2016

https://en.wikipedia.org/wiki/Kota_Tua_Jakarta, diakses tanggal 19 November 2016

Raharjo, Nadia Lupita.; Santosa, Imam. *Perencanaan Interior Butik Hotel, Surakarta Dengan Pendekatan Konsep Cerita Rakyat Dewi Sri*. <http://jurnal-s1.fsrđ.itb.ac.id/index.php/interior/article/view/508>, diakses tanggal 20 November 2016.

https://www.academia.edu/10825810/TINJAUAN_UMUM_HOTEL_BISNIS, diakses tanggal 20 November 2016.

<http://www.impressiveinteriordesign.com/contemporary-and-modern-interior-design-characteristics/>, diakses tanggal 20 November 2016

<http://anekatempatwisata.com/kota-tua-momen-historis-batavia-yang-tak-boleh-dilewatkan/>, diakses tanggal 20 November 2016

http://eprints.undip.ac.id/45022/3/VALENTINO_DAMANIK_21020110120002_BAB_II.pdf, diakses tanggal 22 November 2016

<https://library.binus.ac.id/eColls/eThesisdoc/Bab2HTML/2014100959DIBab2001/page14.html>, diakses tanggal 25 November 2016

<http://properti.kompas.com/index.php/read/2010/08/20/15454110/Ramai-ramai.Bangun.Budget.Hotel-12>, diakses tanggal 12 Desember 2016

http://www.urbanhomez.com/decor/principles_of_minimalist_design_or_minimalism, diakses tanggal 12 Desember 2016

<http://moodledesigns.net/urban-interior-design-characteristics.html>, diakses tanggal 12 Desember 2016

<http://e-journal.uajy.ac.id/6808/4/TA313524.pdf>, diakses tanggal 15 Februari 2017

Wijayanti, Melati. *Analisa Kinerja Akustik Panel Anyaman Bambu dengan Sisipan Panel Komposit Eceng Gondok*. http://abstrak.ta.uns.ac.id/wisuda/upload/M0210042_bab1.pdf, diakses tanggal 15 Februari 2017.

Indrani, Hedy C.; Cahyawati, Citra, *Studi Penerapan Sistem Akustik Pada Ruang Kuliah Audio Visual*,
http://repository.petra.ac.id/16183/1/Publikasi1_01053_1060.pdf, diakses tanggal 17 Februari 2017

www.gaiacosmo.com, diakses tanggal 5 Maret 2017

www.malesmandi.com, diakses tanggal 5 Maret 2017

Rachmaniyah, Nanik R.; Anggraeni, Lea K.; Adiwijaya, Chyntia Putri, *Studi Langgam Desain sebagai Dasar Mendesain Hotel*,
<http://jurnaldesaininterior.its.ac.id/index.php/jdi/article/view/13/10>, diakses tanggal 20 Maret 2017

Wardhana, Mahendra, *Logika Konfigurasi Ruang Dan Aspek Psikologi Ruang Bagi Lansia* <https://core.ac.uk/download/pdf/12216729.pdf>, diakses tanggal 20 Maret 2017

BIOGRAFI PENULIS



Penulis yang bernama lengkap Tiara Sharifa atau yang biasa dipanggil dengan Tiara dilahirkan di Jakarta, pada tanggal 23 Juni 1994 dan merupakan anak pertama dari 2 bersaudara.

Penulis pernah menempuh jenjang pendidikan formal mulai dari TK Griya Wartawan, SD Negeri Cipinang Muara 05 Pagi, SMP Negeri 115 Jakarta, dan SMA Negeri 1 Jakarta. Lulus SMA pada tahun 2012, penulis kemudian melanjutkan jenjang pendidikan pada tahun yang sama di Jurusan Desain Interior ITS Surabaya.

Ketertarikan penulis terhadap dunia pariwisata, mendorong penulis untuk menjadikan POP! Hotel Kemang sebagai objek penelitian Tugas Akhir dengan mengangkat judul Tugas Akhir Desain Interior POP! Hotel Kemang sebagai *Budget-Business* Hotel dengan Tema *Old-Batavia*.

RENCANA ANGGARAN BIAYA

Proyek : Desain Interior POP! Hotel Kemang Sebagai *Budget Business Hotel*

dengan Tema *Old Batavia*

Pekerjaan : R. Terpilih 1 (Café)

No.	Item Pekerjaan	Vol.	Sat.	Harga Sat.	Total
A. Pekerjaan Pembongkaran					
1	Pembongkaran Tembok	20.8	m ²	22.000	457.600
2	Pembersihan Sisa Bongkaran	20.8	m ²	18.000	374.400
SUB TOTAL					832.000
B. Pekerjaan Lantai					
1	Pemasangan Keramik	34.9	m ²	135.955	4,744.830
2	Pemasangan Parket	58.1	m ²	329.782	19,160.334
SUB TOTAL					23,905.164
C. Pekerjaan Dinding					
1	Pekerjaan Pengecatan	87.74	m ²	23.914	2,098.214
2	Pemasangan Partisi Gypsum	21.12	m ²	195.107	4,120.660
3	Pemasangan Keramik	8.91	m ²	135.955	1,211.359
SUB TOTAL					7,430.233
D. Pekerjaan Plafon					
1	Pemasangan Plafon Gypsum	160.5	m ²	117.018	18,781.389
2	Pengecatan	160.5	m ²	24.684	3,961.782
SUB TOTAL					22,743.171
E. Pekerjaan Kusen, Pintu, Jendela					
1	Pemasangan Kusen Jendela	10	Buah	93.600	936.000
2	Pembuatan Daun Jendela	20	Buah	525.000	10,500.000
SUB TOTAL					11,436.000
F. Pekerjaan ME					
1	Instalasi Titik Lampu Downlight	57	Titik	250.000	14,250.000
2	Instalasi Titik Lampu Gantung	9	Titik	719.100	6,471.900
3	Instalasi Titik Stop Kontak Lantai	5	Titik	205.185	1,025.925
4	Pemasangan Saklar Ganda	3	Titik	62.135	186.405
5	Pemasangan Smoke Detector	2	Titik	359.250	718.500
6	Pemasangan Sprinkler	6	Titik	2,700.000	16,200.000
7	Pemasangan AC Kaset	3	Titik	15,600.000	46,800.000
SUB TOTAL					85,652.730
G. Pekerjaan Lain-lain					
1	Pembuatan Mural	16.96	m ²	605.000	10,260.800
2	Pembuatan Partisi Kaca	1	Buah	3,165.000	3,165.000
3	Pembuatan Partisi <i>Laser Cut</i>	4	Buah	500.000	2,000.000
4	Pembuatan <i>Glass Wall</i>	15.36	m ²	350.000	5,376.000
SUB TOTAL					20,801.800
H. Pekerjaan Furnitur					

1	Pembuatan Kursi Bemo	12	Buah	850.000	10,200.000
2	Pembuatan Meja Kopi	6	Buah	500.000	3,000.000
3	Pembuatan Kursi Lenong	8	Buah	850.000	6,800.000
4	Pembuatan Banquet Sofa	4	Buah	6,000.000	24,000.000
5	Pembuatan Meja Buffet	1	Buah	4,250.000	4,250.000
6	Pembuatan Meja Makan Lingkaran	2	Buah	1,000.000	2,000.000
7	Pembuatan Meja Makan Bujur Sangkar	13	Buah	1,000.000	13,000.000
	SUB TOTAL				63,250.000
I.	Pembelian Furnitur				
1	Kursi Makan Ready Made	13	Buah	200.000	2,600.000
2	Bantal Cushion	20	Buah	50.000	1,000.000
	SUB TOTAL				3,600.000
	TOTAL				239,651.098
	TOTAL (PEMBULATAN)				239,652.000

**Pemasangan Tegel
Keramik 40x40 cm
(Motif/Warna Gelap)**

<u>Upah:</u>					
Mandor	0,0350	O.H	Rp	60.000	Rp 2.100
Kepala Tukang Batu	0,0350	O.H	Rp	50.000	Rp 1.750
Tukang Batu	0,3500	O.H	Rp	40.000	Rp 14.000
Pekerja/Buruh Tak Terampil	0,7000	O.H	Rp	27.000	Rp 18.900
Jumlah:					Rp 36.750
<u>Bahan:</u>					
Semen PC (Portland Cement) 50 kg	0,1960	Zak	Rp	56.950	Rp 11.162
Semen Berwarna Yiyitan	1,3000	Kg	Rp	10.500	Rp 13.650
Pasir Pasang	0,0450	m3	Rp	181.700	Rp 8.177
Tegel Keramik 40x40 (motif/warna gelap)	1,0608	m2	Rp	64.950	Rp 68.899
Jumlah:					Rp 101.888
Nilai HSPK :					Rp 138.638

**Pemasangan Tegel Keramik
Dinding 20x20 cm**

Mandor	0,0450	O.H	Rp	60.000	Rp 2.700
Kepala Tukang Batu	0,0450	O.H	Rp	50.000	Rp 2.250
Tukang Batu	0,4500	O.H	Rp	40.000	Rp 18.000
Pekerja/Buruh Tak Terampil	0,9000	O.H	Rp	27.000	Rp 24.300
Jumlah:					Rp 47.250
<u>Bahan:</u>					
Semen PC (Portland Cement) 50 kg	0,1860	Zak	Rp	56.950	Rp 10.593
Semen Berwarna Yiyitan	1,9400	Kg	Rp	10.500	Rp 20.370
Pasir Pasang	0,0180	m3	Rp	181.700	Rp 3.271
Tegel Keramik 20 x 20 Cm	1,0600	m2	Rp	37.700	Rp 39.962
Jumlah:					Rp 74.195
Nilai HSPK :					Rp 121.445

Pemasangan lantai kayu

<u>Tenaga:</u>					
Mandor	0,0350	O.H	Rp	60.000	Rp 2.100
Kepala Tukang Kayu	0,0350	O.H	Rp	50.000	Rp 1.750
Tukang Kayu	0,3500	O.H	Rp	40.000	Rp 14.000

Pekerja/Buruh Tak Terampil	0,7000	O.H	Rp 27.000	Rp 18.900
Jumlah:				Rp 36.750
<u>Bahan:</u>				
gymfloor	1,0500	m2	Rp 273.450	Rp 287.123
Lem Kayu	0,6000	Kg	Rp 9.850	Rp 5.910
Jumlah:				Rp 293.033
Nilai HSPK :				Rp 329.783

**Pembongkaran Dinding
Tembok Dengan
Pembersihan**

<u>Upah:</u>				
Mandor	0,0500	O.H	Rp 60.000	Rp 3.000
Pekerja/Buruh Tak Terampil	1,0000	O.H	Rp 27.000	Rp 27.000
Jumlah:				Rp 30.000
Nilai HSPK :				Rp 30.000

**Pemasangan Plafon
Kalsiboard Rangka
Almunium**

<u>Upah:</u>				
Mandor	0,0750	O.H	60.000	4.500,00
Kepala Tukang Kayu	0,0250	O.H	50.000	1.250,00
Pekerja/Buruh Tak Terampil	0,1500	O.H	27.000	4.050,00
Tukang Kayu	0,2500	O.H	40.000	10.000,00
Jumlah:				19.800,00
<u>Bahan:</u>				
Kalsiboard EG Uk.240 x 120 x 9 mm	0,3819	Lembar	188.400	71.949,96
Aluminium Putih Uk. 3 x 7.5, Profil 3"	3,6000	m'	24.600	88.560,00
Kawat	0,1500	Kg	15.350	2.302,50
Ramset/ dina bolt	1,0000	Buah		0,00
Jumlah:				162.812,46
Nilai HSPK :				182.612,46

**Pasang partisi gypsum
double t=12 mm**

Gypsum t=12 mm	0,7	Lbr	72.000	50.400
Metal stud MS 76 Partisi	2	M	20.000	40.000
Textile Tape	5,2	M	600	3.120
Paku rivet	8	Bh	300	2.400
Paku sekrup	36	Bh	150	5.400
Pekerja	0,45	Org	70.000	31.500

Tukang Kayu	0,45	Org	80.000	36.000
Kepala Tukang	0,045	Org	90.000	4.050
Mandor	0,045	Org	100.000	4.500
Jumlah :				177.370
				17.737
Nilai HSPK :				195.107

**Pekerjaan Pengecatan
Plafon**

Plamir	0,1000	Kg	15.000	1.500
Cat air penutup 3 kali	0,3000	Kg	28.000	8.400
Pekerja	0,1100	Org	70.000	7.700
Tukang cat	0,0500	Org	80.000	4.000
Kepala tukang	0,0060	Org	90.000	540
Mandor	0,0030	Org	100.000	300
Jumlah :				22.440
				2.244
Nilai HSPK :				24.684

**Lantai Jembatan dari papan /
Balok kayu Kamper per m2**

<u>Upah:</u>				
Mandor	0,0067	O.H	60.000	402,00
Kepala Tukang Kayu	0,0333	O.H	50.000	1.665,00
Tukang Kayu	0,3333	O.H	40.000	13.332,00
Pekerja Terampil	0,1333	O.H	35.000	4.665,50
Jumlah:				20.064,50
<u>Bahan:</u>				
Kayu Kamper (balok 8/12)	0,0141	m3	3.819.900	53.860,59
Kayu Kamper (papan 3/30)	0,0330	m3	3.819.900	126.056,70
Paku Klem (No 4)	0,7500	Doz	11.800	8.850,00
Jumlah:				188.767,29
Nilai HSPK :				208.831,79

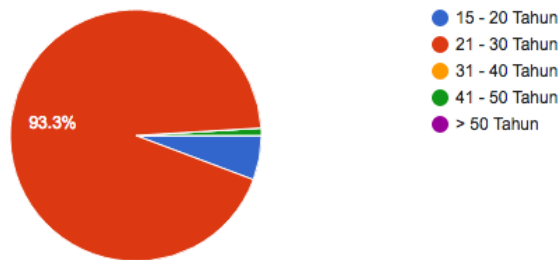
**Pemasangan Titik Stop
Kontak Gedung**

<u>Upah:</u>				
Kepala Tukang Listrik	0,0500	O.H	50.000	2.500,00
Tukang Listrik	0,2000	O.H	40.000	8.000,00
Pekerja Terampil	0,0010	O.H	35.000	35,00
Jumlah:				10.535,00
<u>Bahan</u>				
Stop Kontak (broco)	1,0000	Buah	21.850	21.850,00
Kabel NYA 500 Volt 2 x 2,5 mm2	10,0000	m1	16.400	164.000,00

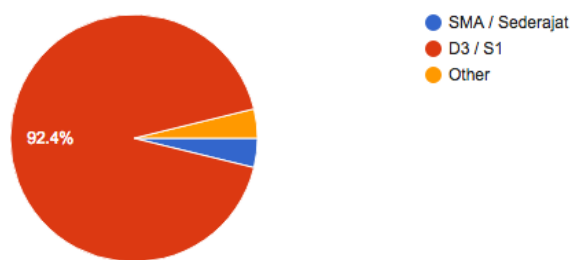
Pipa Pralon 5/8	1,0000	Lonjor	6.600	6.600,00
T Doos Pvc	1,0000	Buah	2.200	2.200,00
Jumlah:				194.650,00
Nilai HSPK :				205.185,00

ANALISA HASIL RISET KUSIONER HOTEL BUDGET

Berdasarkan interpretasi hasil perhitungan data yang diperoleh dari riset dengan jumlah responden sebanyak 105 orang, dengan rincian kelompok usia dan pendidikan sebagai berikut,

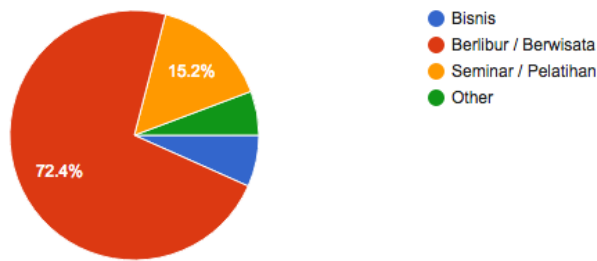


Dari diagram diatas, dapat diketahui, bahwa sebagian besar responden termasuk dalam kelompok umur 21-30 tahun yaitu sebanyak 93.3%, diikuti dengan kelompok umur 15-20 tahun sebanyak 5.7% dan kelompok umur 41-50 tahun sebanyak 1%.

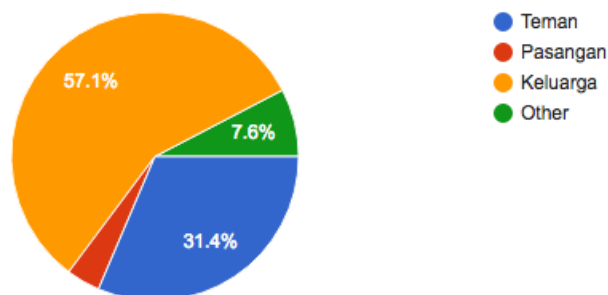


Dari diagram diatas dapat diketahui, bahwa sebagian besar pengunjung hotel merupakan orang-orang yang berpendidikan tinggi, yaitu D3 dan S1 sebanyak 92.4%, kemudian SMA/ sederajat sebanyak 3.8% dan lainnya seperti S2/S3 sebanyak 3.8%.

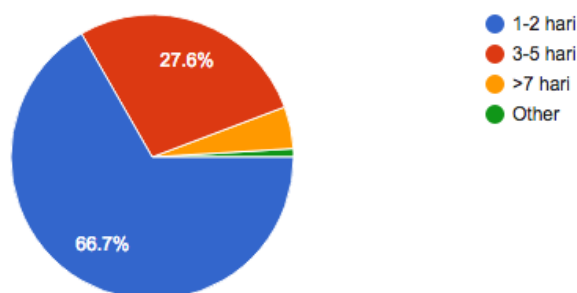
Kegiatan yang sering dilakukan pengunjung hotel *budget* saat berada di hotel adalah menginap dengan berbagai tujuan, namun menurut hasil kuisisioner yang dihimpun dari para responden, sebagian besar bertujuan untuk berlibur., namun tidak menutup kemungkinan bahwa pengunjung hotel merupakan jenis pengunjung *business traveller*.



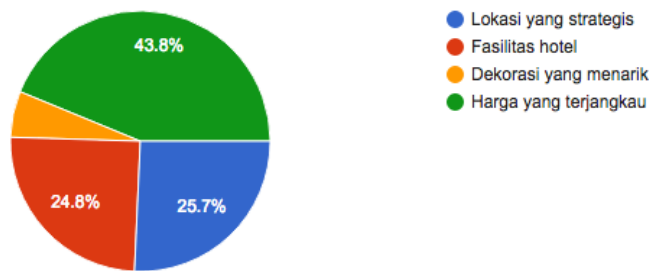
Berdasarkan diagram diatas, dapat diketahui bahwa 72.4% responden menginap di hotel untuk berlibur. Sebanyak 15.2% pengunjung bertujuan untuk menghadiri seminar dan pelatihan. Sedangkan yang bertujuan untuk bisnis atau usaha hanya 6.7% dan pengunjung yang memiliki tujuan lainnya sebanyak 5.7%.



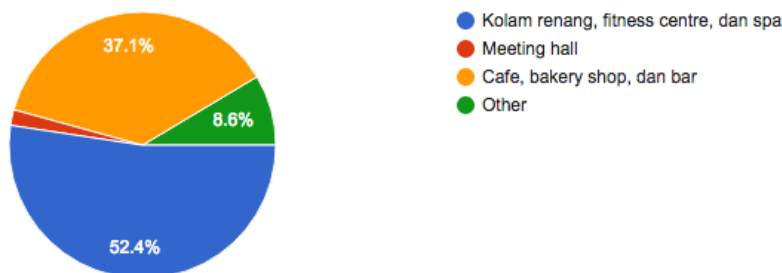
Berdasarkan diagram diatas, dapat diketahui bahwa 57.1% responden menginap di hotel bersama dengan keluarga. Sebanyak 31.4% responden menginap di hotel bersama dengan teman. Sedangkan 7.6% responden menginap dengan kolega lainnya dan 3.8% responden menginap di hotel dengan pasangan masing-masing.



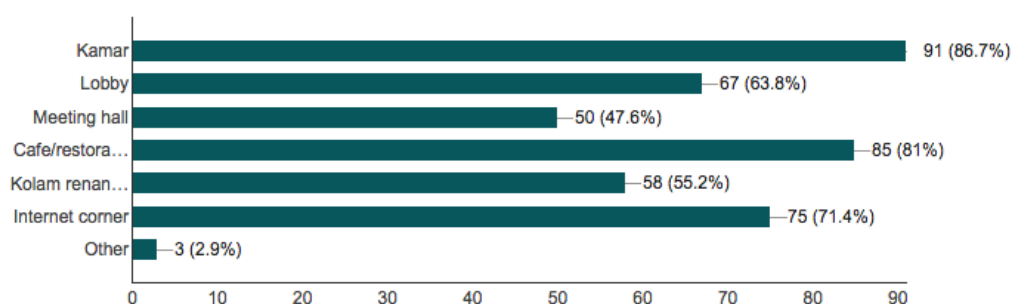
Berdasarkan diagram diatas, dapat diketahui bahwa 66.7% responden menginap di hotel selama 1-2 hari. Sebanyak 27.6% responden menginap di hotel selama 3-5 hari, 4.8% responden menginap di hotel selama lebih dari 7 hari, dan 1% lainnya.



Berdasarkan diagram diatas, dapat diketahui faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang dalam memilih sebuah penginapan atau hotel. Sebanyak 43.8% responden memilih hotel berdasarkan prioritas harganya, yakni yang terjangkau. Sedangkan 25.7% responden memilih hotel berdasarkan lokasinya yang strategis, 24.8% responden memilih hotel berdasarkan fasilitasnya, dan 5.7% responden memilih hotel berdasarkan dekorasinya yang menarik.



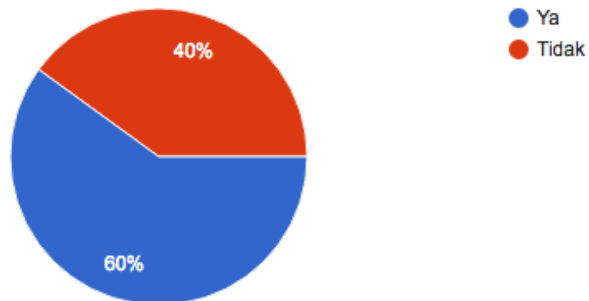
Berdasarkan diagram diatas, dapat diketahui fasilitas yang diharapkan oleh pengunjung hotel. Sebanyak 52.4% responden mengharapkan adanya fasilitas kolam renang, fitness centre dan spa. Sebanyak 37.1% responden mengharapkan adanya fasilitas café, bakery dan bar, sebanyak 8.6% responden memilih lainnya dan hanya 1.9% responden yang mengharapkan adanya meeting hall.



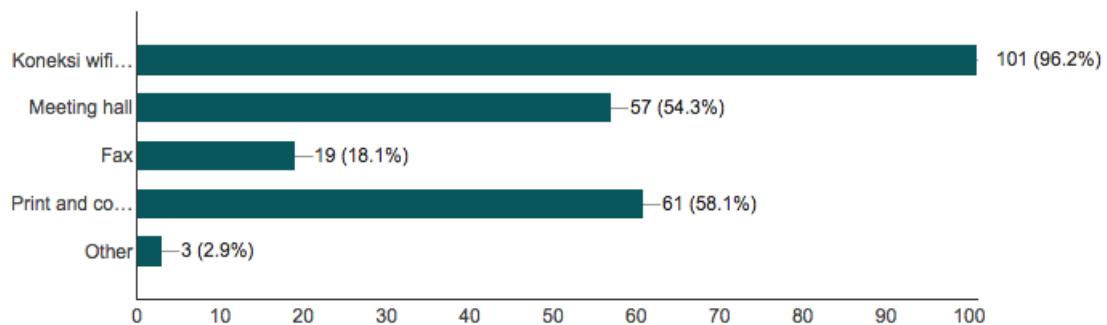
Berdasarkan grafik diatas, fasilitas yang mutlak harus ada pada sebuah *budget-business* hotel adalah sebagai berikut :

1. Kamar 86.7%
2. Café/restoran 81%
3. Internet corner 71.4%

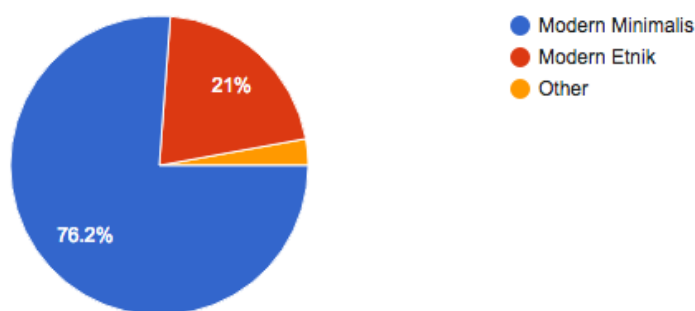
4. Lobby 63.8%
5. Kolam renang 55.2%
6. Meeting hall 47.6%



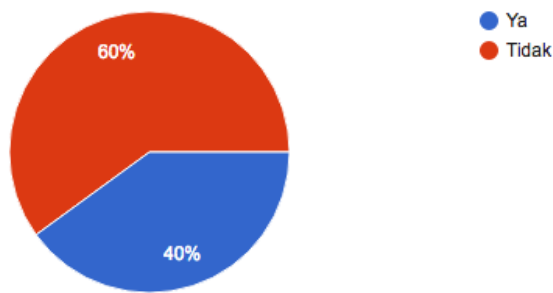
Berdasarkan diagram diatas, sebanyak 60% responden menyatakan pernah menginap di *budget-business* hotel.



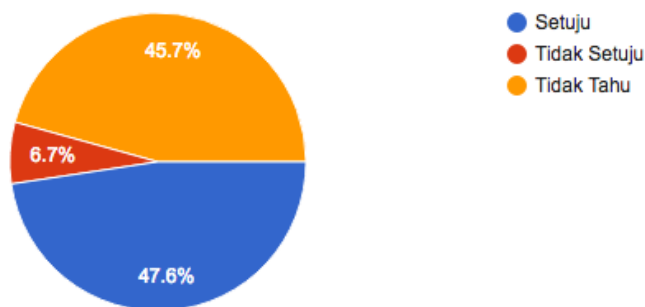
Menurut grafik diatas, fasilitas pendukung yang paling diharapkan pada sebuah *budget-business* hotel adalah koneksi wifi yang cepat.



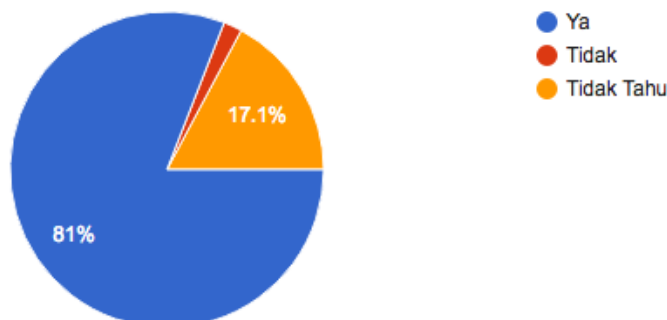
Berdasarkan diagram diatas, sebanyak 76.2% responden menginginkan jenis dekorasi modern minimalis pada hotel, sebanyak 21% responden lebih menginginkan dekorasi modern etnik dan 2.9% responden memilih lainnya.



Berdasarkan diagram diatas, sebanyak 60% responden belum pernah mendengar tentang old Batavia.



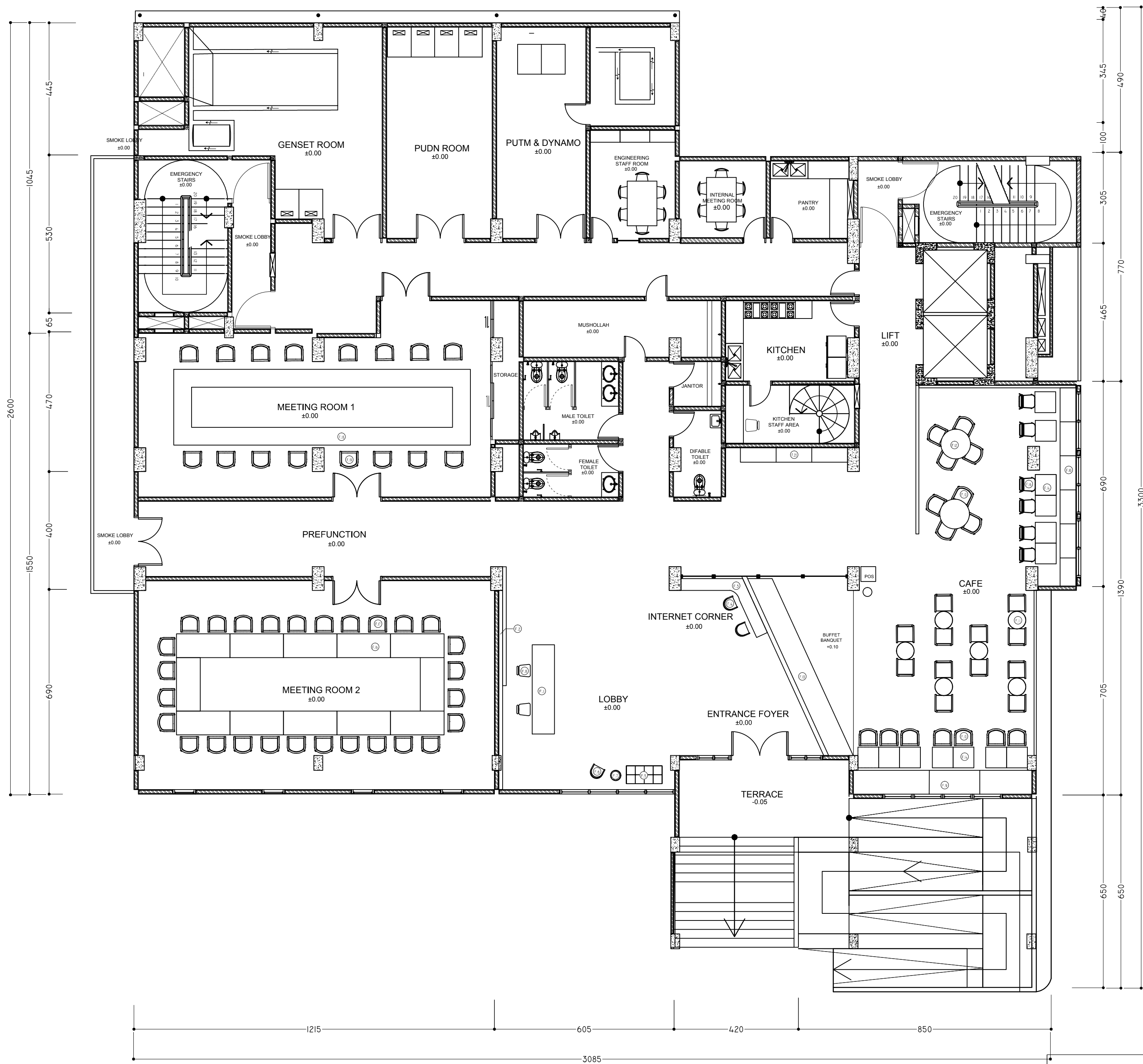
Berdasarkan diagram diatas, sebanyak 47.6% responden menyatakan setuju dengan adanya hotel yang memiliki dekorasi old Batavia, sedangkan sebanyak 45.7% menyatakan tidak tahu, dan 5.7% responden menyatakan tidak setuju apabila sebuah hotel memiliki dekorasi old Batavia.



Berdasarkan diagram diatas, sebanyak 81% responden menyatakan akan kembali menginap di hotel apabila keinginan mereka terpenuhi. Sebanyak 17.1% menyatakan tidak tahu dan sebanyak 1.9% responden menyatakan tidak akan kembali menginap di hotel walaupun keinginan mereka dipenuhi.

Sehingga, kesimpulan yang dapat diambil dari hasil kuisisioner tentang hotel budget ini adalah, tujuan utama untuk menginap di suatu hotel ialah untuk berlibur dengan keluarga dengan lama menginap 1 sampai 2 hari. Faktor utama dalam memilih sebuah hotel, ialah faktor harga dengan harapan terdapat fasilitas yang lengkap semisal kolam renang, namun menurut responden, fasilitas yang dirasa sangat mutlak adanya pada

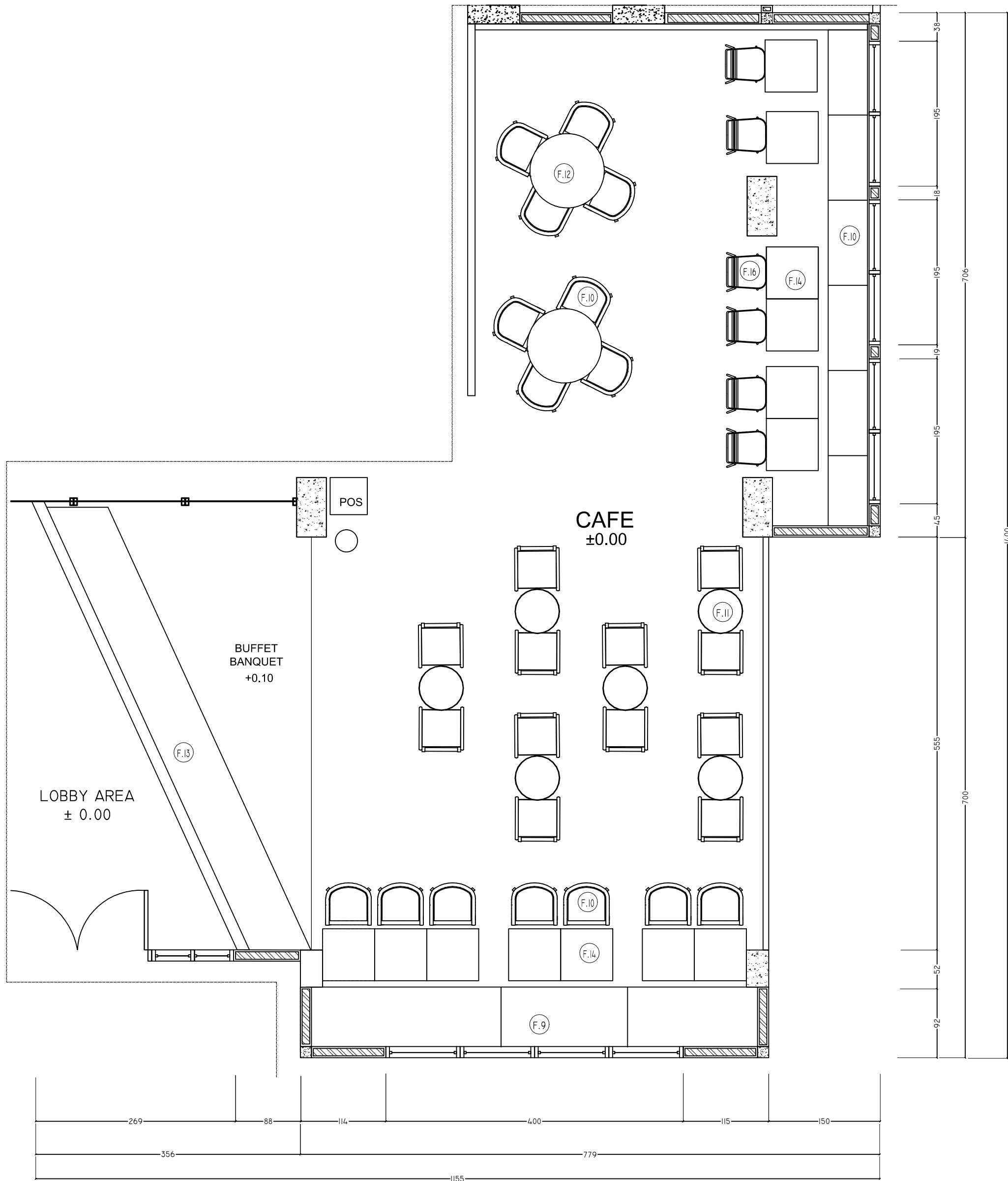
suatu *budget-business* hotel adalah fasilitas wifi, café/restoran, serta internet corner untuk menunjang aktivitas para tamu hotel. Sebagian besar responden lebih menginginkan jenis dekorasi hotel modern-minimalis dan setuju dengan adanya dekorasi hotel bertema *old-batavia*. Sebagian besar responden mengharapkan fasilitas hotel yang dapat menunjang kegiatan bisnis, dengan harga yang terjangkau



KETERANGAN		QTY
F.1	RECEPTION DESK (75X300 CM) MATERIAL KAYU MAHONI CUSTOM MADE	1
F.2	BACKDROP CUSTOM MADE FINISH WOOD TIMBER & HPL	1
F.3	CONSOLE TABLE FOR COMPUTER CUSTOM MADE (55X235 CM) MATERIAL PLYWOOD FINISH HPL	1
F.4	BAR CHAIR	2
F.5	SOFA SEATING FOR 2 (60X120 CM)	1
F.6	BETAWI LENONG CHAIR (50X50 CM)	1
F.7	SMALL COFFEE TABLE (Ø40 CM)	4
F.8	OFFICE CHAIR	2
F.9	CUSTOM MADE BANQUET SOFA SEATING	2
F.10	BETAWI LENONG CHAIR MATERIAL TEAKWOOD	19
F.11	BETAWI BEMO CHAIR SET	8
F.12	DINING TABLE (Ø100 CM)	3
F.13	BUFFET BANQUET TABLE CUSTOM MADE	1
F.14	DINING TABLE (50X100 CM)	13
F.15	READY MADE DINING CHAIR	6
F.16	READY MADE MEETING TABLE	12
F.17	READY MADE MEETING CHAIR	28
F.18	READY MADE MEETING TABLE	1
F.19	READY MADE MEETING CHAIR	16
F.20	VENDING MACHINE	3

 DENAH FURNITUR KESELURUHAN LANTAI 2
SKALA 1:100

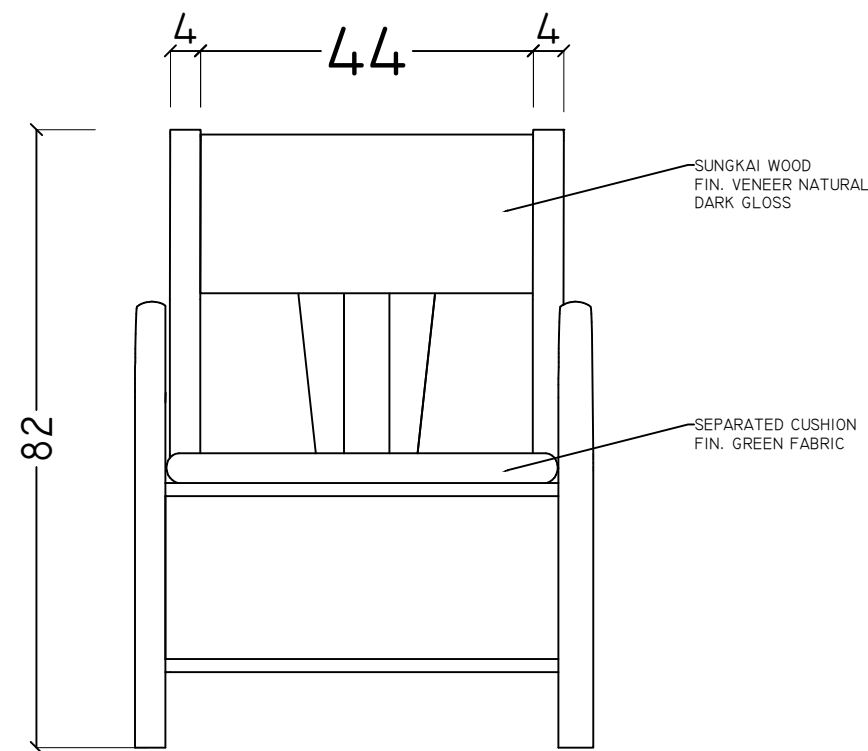
TUGAS AKHIR JURUSAN DESAIN INTERIOR FTSP-ITS	NAMA: TIARA SHARIFA	TANGGAL: -
	NRP: 3412100088	SKALA: 1:100
	DOSEN: DR. MAHENDRA WARDHANA, ST., MT.	SATUAN: CM
DESAIN INTERIOR POP! HOTEL KEMANG SEBAGAI BUDGET-BUSINESS HOTEL DENGAN TEMA OLD-BATAVIA		DENAH FURNITUR KESELURUHAN LANTAI 2



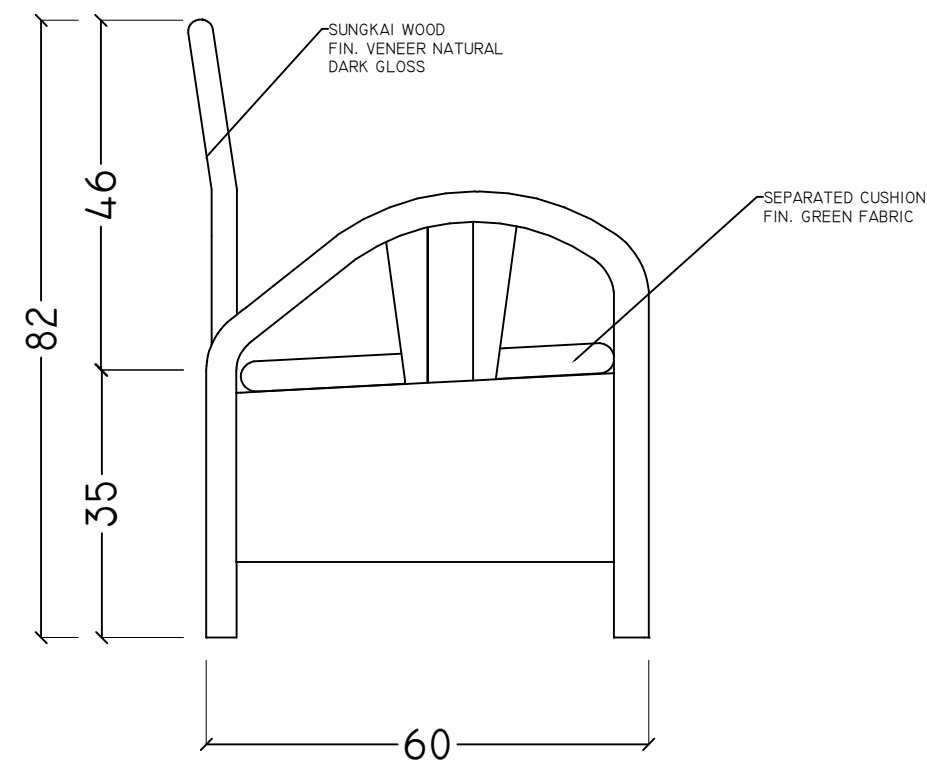
DENAH FURNITUR KESELURUHAN
SKALA 1:50

KETERANGAN		QTY
F.10	BETAWI LENONG CHAIR MATERIAL TEAKWOOD	19
F.11	BETAWI BEMO CHAIR SET	8
F.12	DINING TABLE (Ø100 CM)	3
F.13	BUFFET BANQUET TABLE CUSTOM MADE	1
F.14	DINING TABLE (50X100 CM)	13
F.15	READY MADE DINING CHAIR	6
F.16	READY MADE MEETING TABLE	12
F.17	READY MADE MEETING CHAIR	28

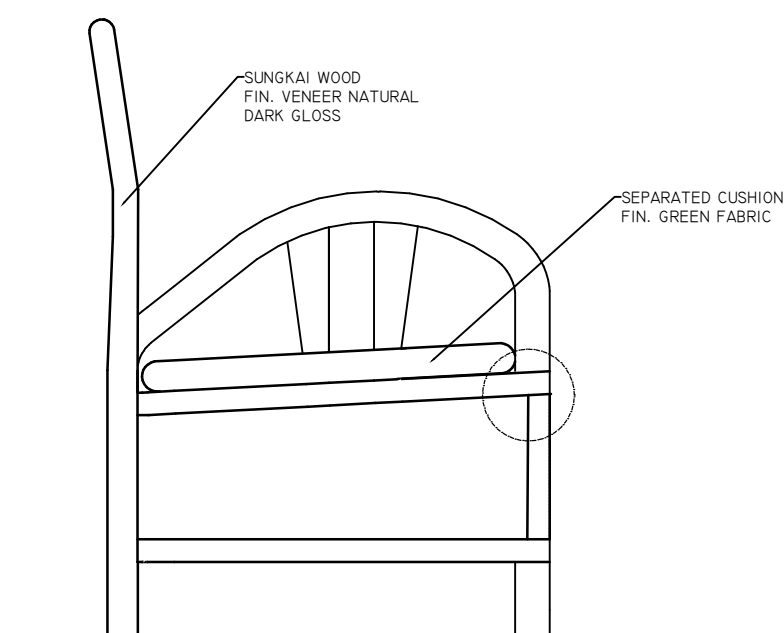
TUGAS AKHIR JURUSAN DESAIN INTERIOR FTSP-ITS	NAMA: TIARA SHARIFA	TANGGAL: -
	NRP: 3412100088	SKALA: 1:50
	DOSEN: DR. MAHENDRA WARDHANA, ST., MT.	SATUAN: CM
DESAIN INTERIOR POP! HOTEL KEMANG SEBAGAI BUDGET-BUSINESS HOTEL DENGAN TEMA OLD-BATAVIA		DENAH FURNITUR KESELURUHAN R. TERPILIH I



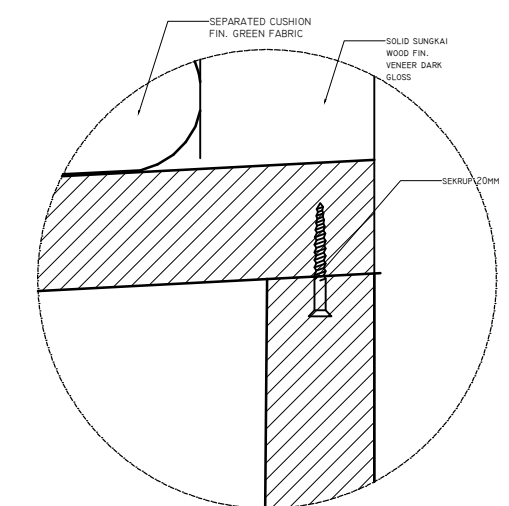
TAMPAK DEPAN
SKALA 1:10



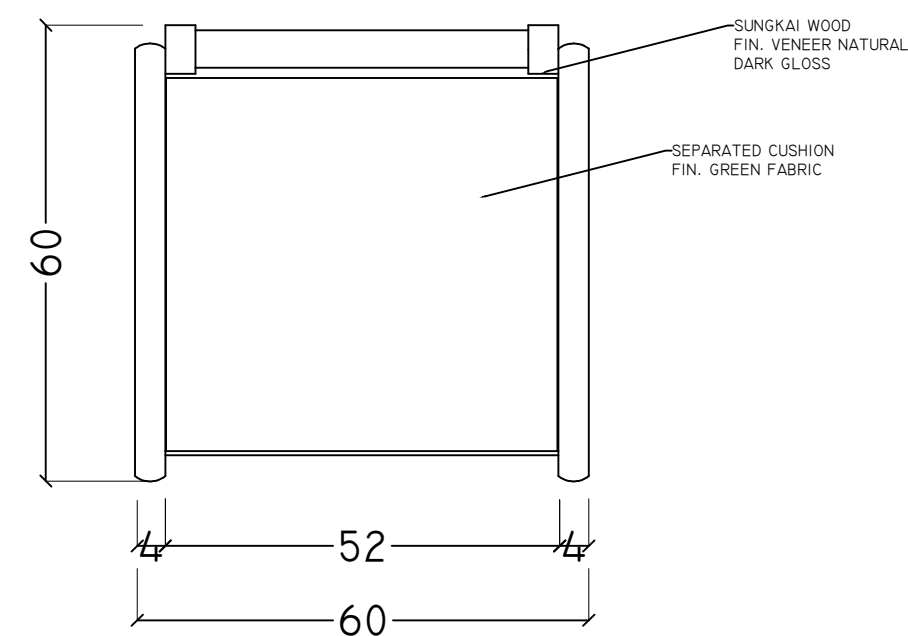
TAMPAK SAMPING
SKALA 1:10



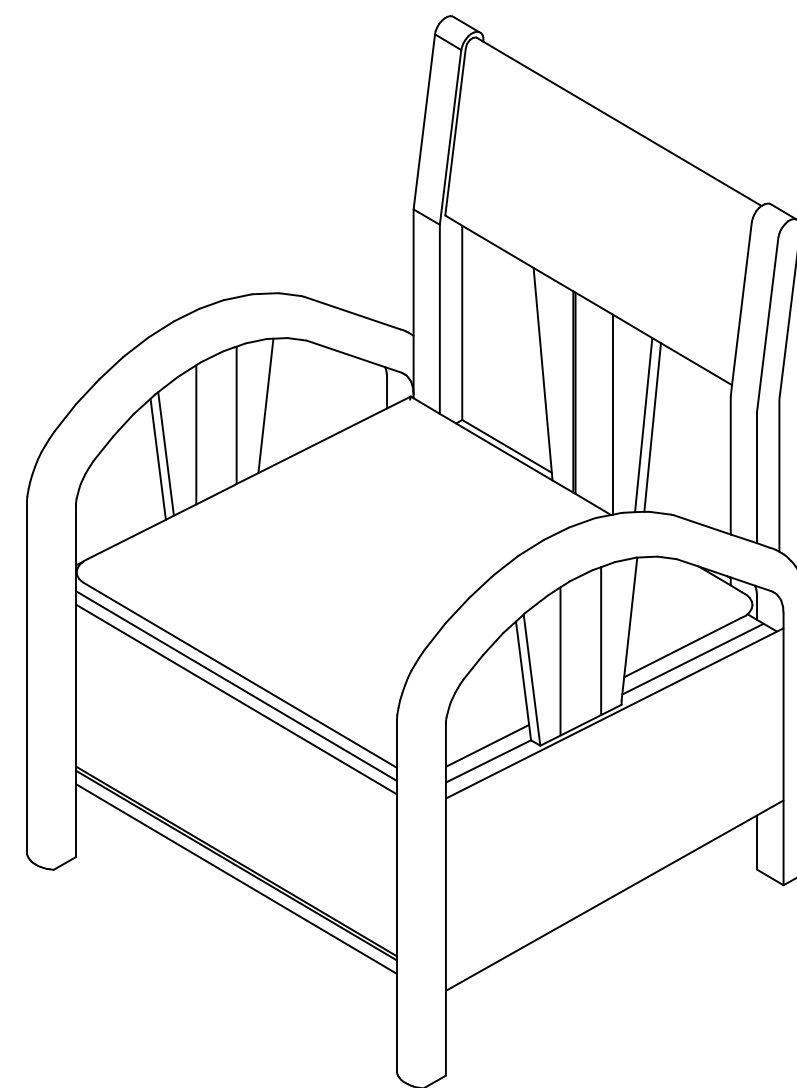
POTONGAN A-A'
SKALA 1:10



DETAIL
SKALA 1:2

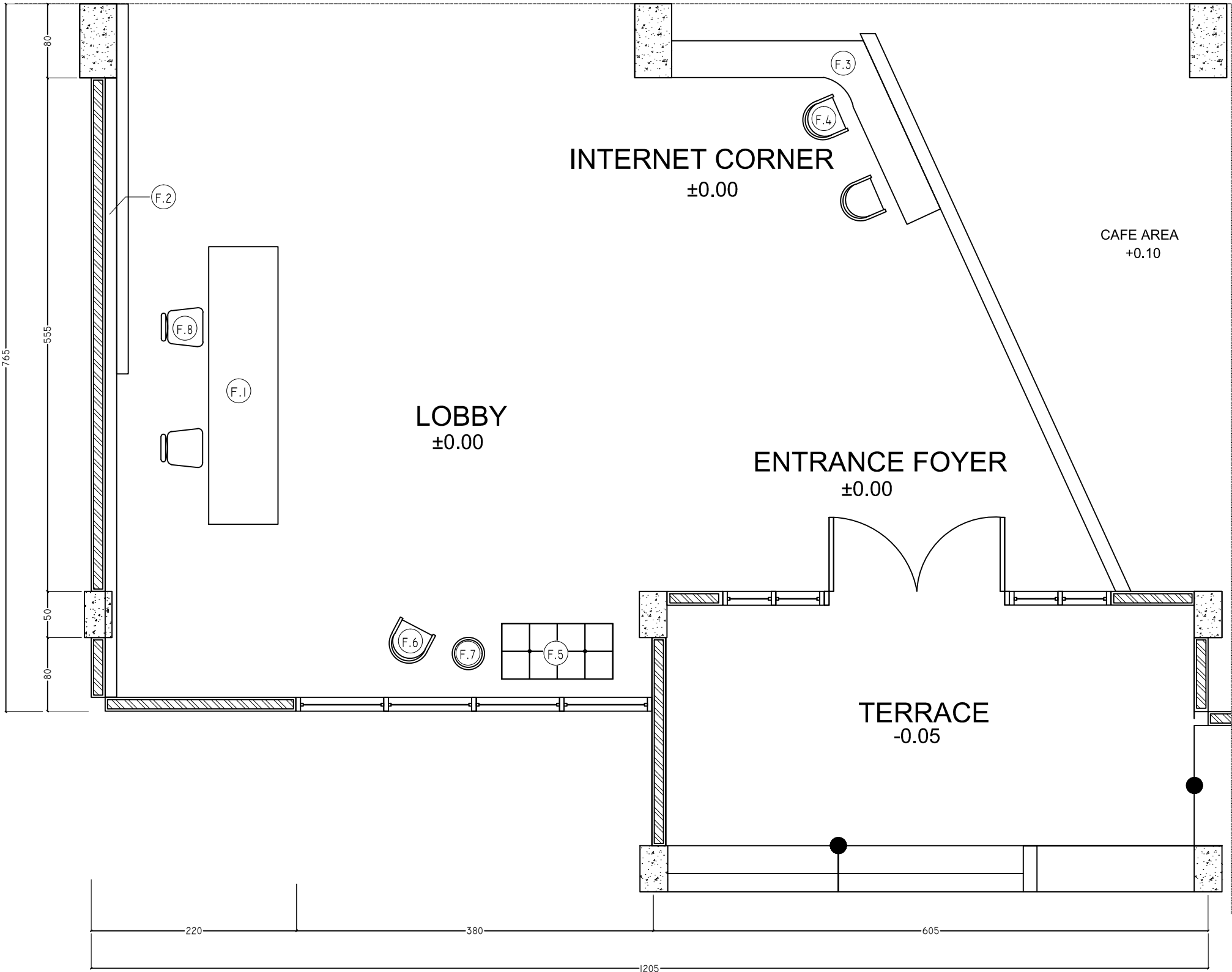


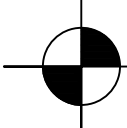
TAMPAK ATAS
SKALA 1:10



TAMPAK ISOMETRI
SKALA 1:10

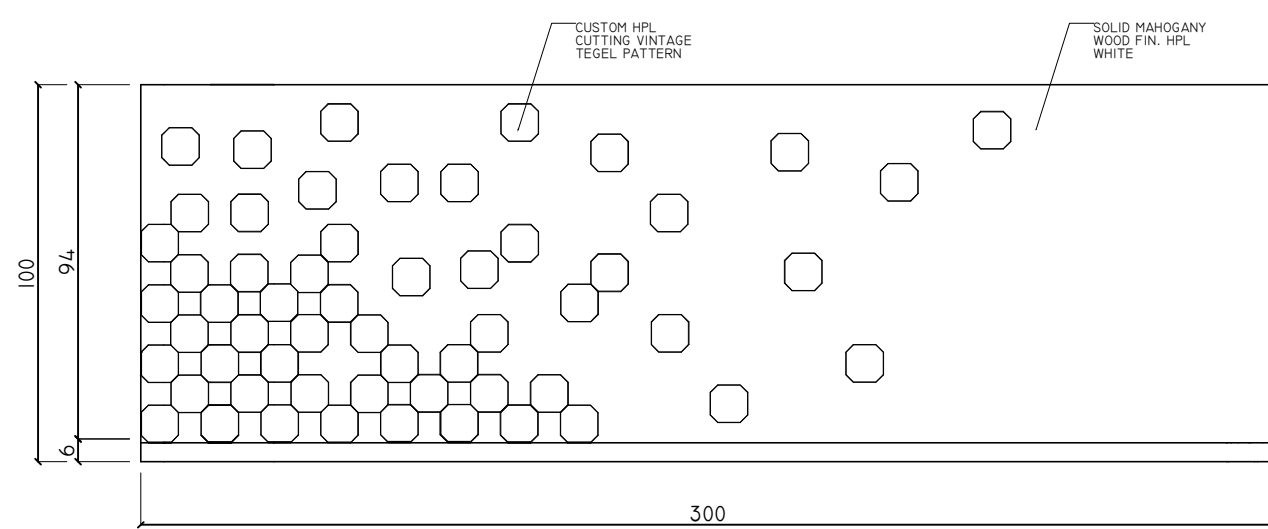
TUGAS AKHIR JURUSAN DESAIN INTERIOR FTSP-ITS	NAMA: TIARA SHARIFA	TANGGAL: -
	NRP: 3412100088	SKALA: 1:10
	DOSEN: DR. MAHENDRA WARDHANA, ST., MT.	SATUAN: CM
DESAIN INTERIOR POP! HOTEL KEMANG SEBAGAI BUDGET-BUSINESS HOTEL DENGAN TEMA OLD-BATAVIA		DETAIL FURNITUR I



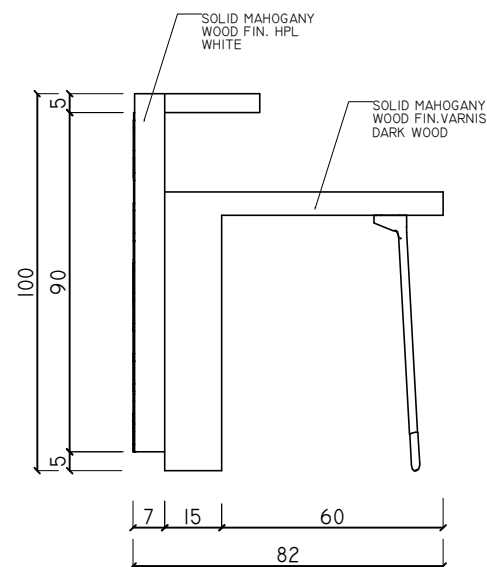
 DENAH FURNITUR KESELURUHAN
SKALA 1:50

KETERANGAN		QTY
F.1	RECEPTION DESK (75X300 CM) MATERIAL KAYU MAHONI CUSTOM MADE	1
F.2	BACKDROP CUSTOM MADE FINISH WOOD TIMBER & HPL	1
F.3	CONSOLE TABLE FOR COMPUTER CUSTOM MADE (55X235 CM) MATERIAL PLYWOOD FINISH HPL	1
F.4	BAR CHAIR	2
F.5	SOFA SEATING FOR 2 (60X120 CM)	1
F.6	BETAWI LENONG CHAIR (50X50 CM)	1
F.7	SMALL COFFEE TABLE (Ø40 CM)	4
F.8	OFFICE CHAIR	2

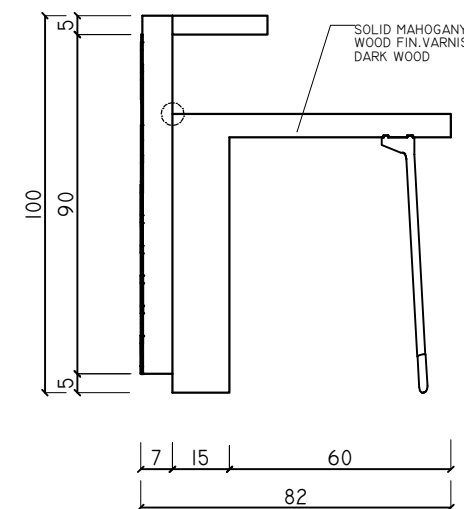
TUGAS AKHIR JURUSAN DESAIN INTERIOR FTSP-ITS	NAMA: TIARA SHARIFA	TANGGAL: -
	NRP: 3412100088	SKALA: 1:50
	DOSEN: DR. MAHENDRA WARDHANA, ST., MT.	SATUAN: CM
DESAIN INTERIOR POP! HOTEL KEMANG SEBAGAI BUDGET-BUSINESS HOTEL DENGAN TEMA OLD-BATAVIA		DENAH FURNITUR R. TERPILIH 2



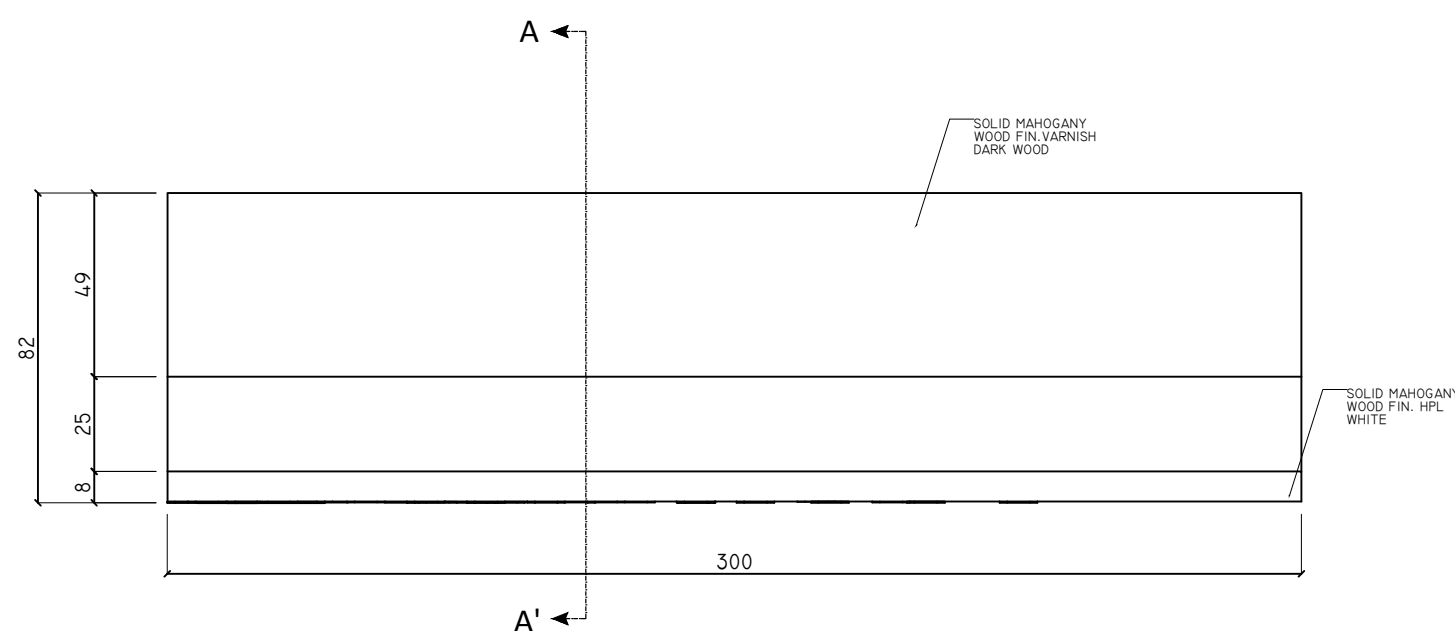
TAMPAK DEPAN
SKALA 1:20



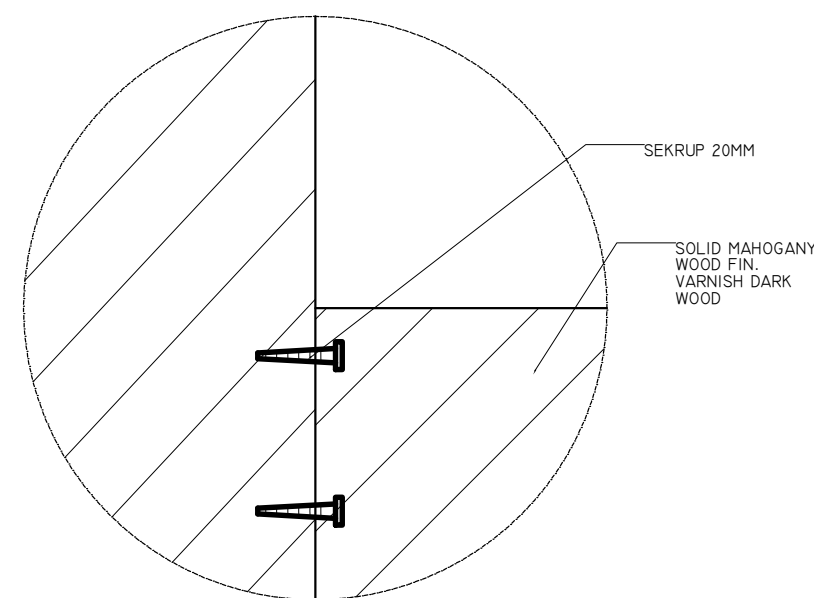
TAMPAK SAMPIING
SKALA 1:20



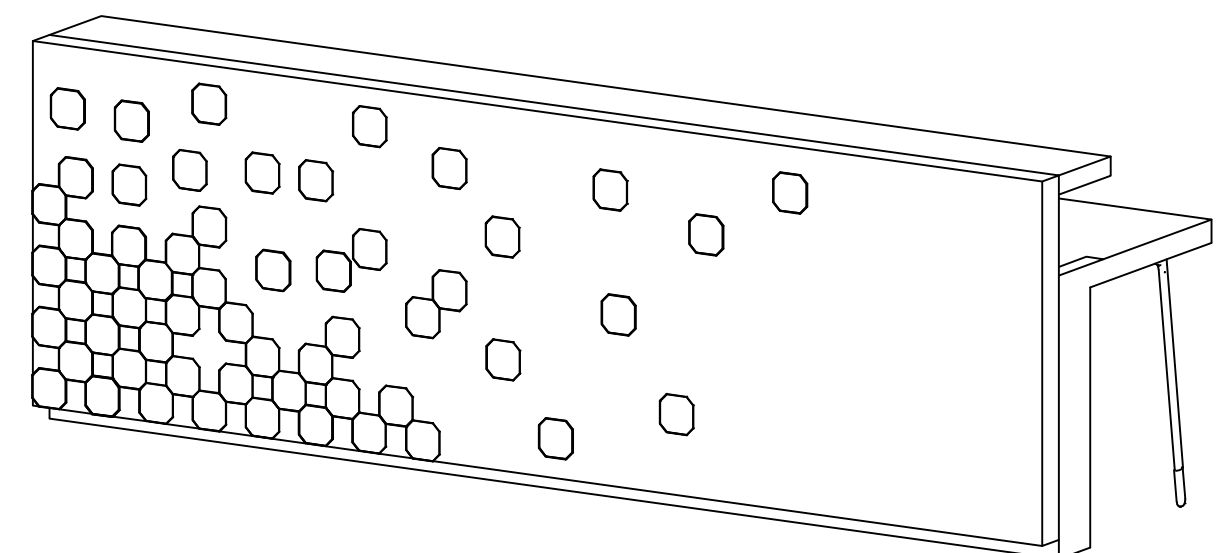
POTONGAN A-A'
SKALA 1:20



TAMPAK ATAS
SKALA 1:5

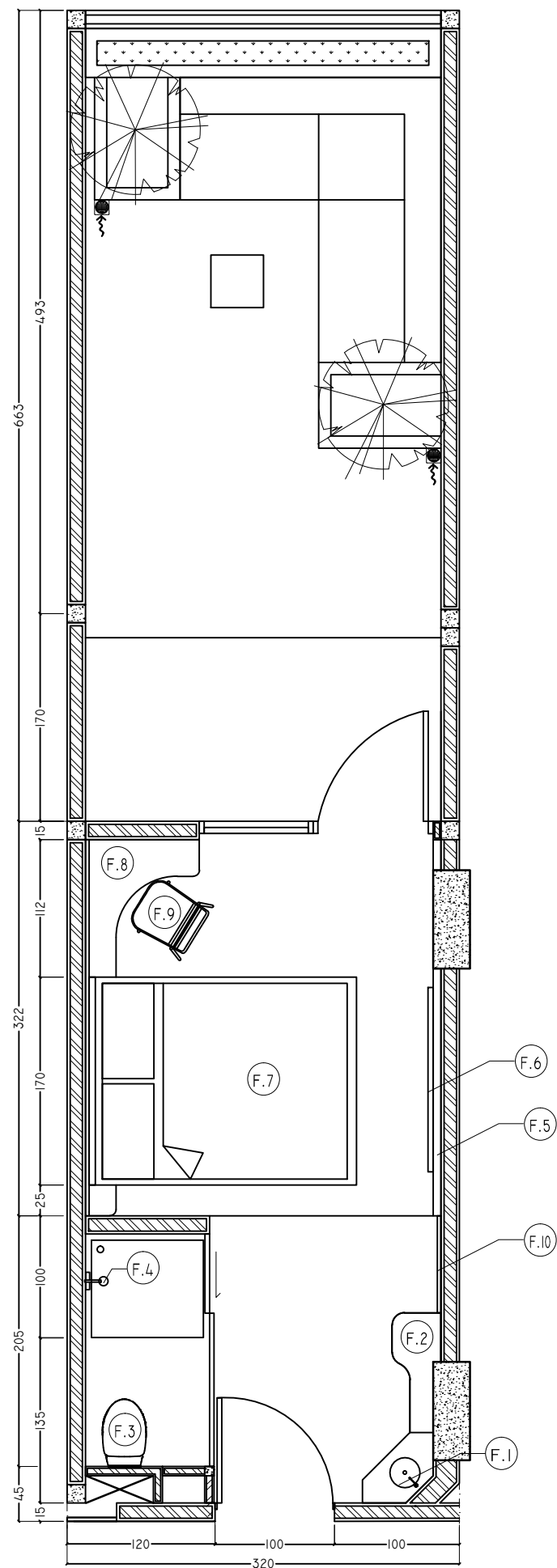


DETAIL
SKALA 1:5

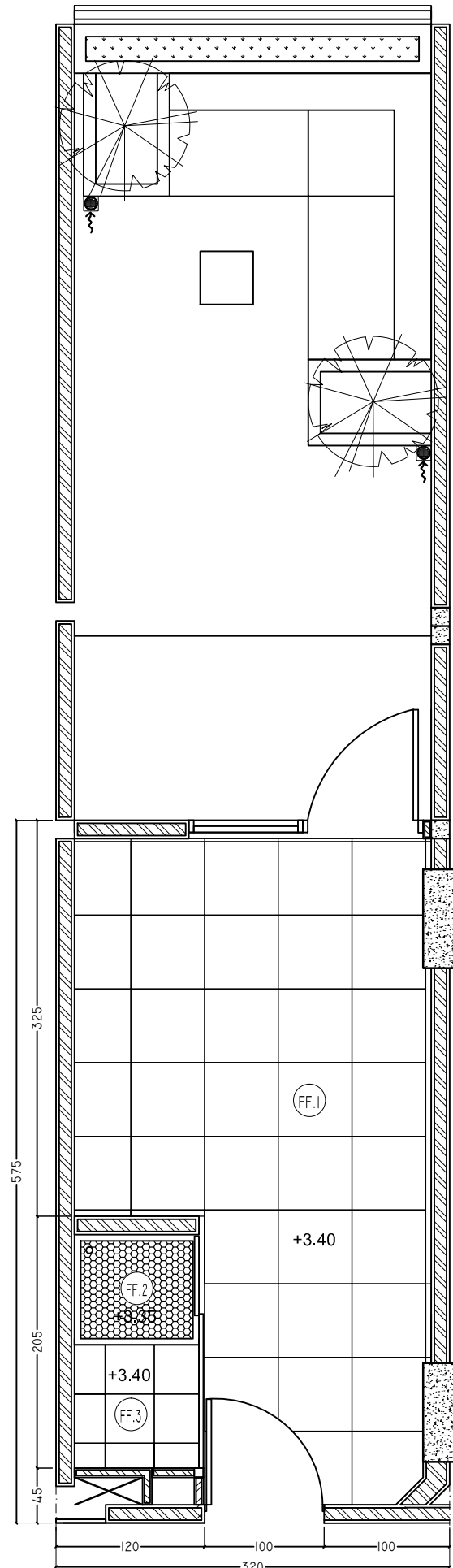


TAMPAK ISOMETRI
SKALA 1:20

TUGAS AKHIR JURUSAN DESAIN INTERIOR FTSP-ITS	NAMA: TIARA SHARIFA	TANGGAL: -
	NRP: 3412100088	SKALA: 1:20
	DOSEN: DR. MAHENDRA WARDHANA, ST., MT.	SATUAN: CM
DESAIN INTERIOR POP! HOTEL KEMANG SEBAGAI BUDGET-BUSINESS HOTEL DENGAN TEMA OLD-BATAVIA		DETAIL FURNITUR I



DENAH FURNITUR KESELURUHAN
SKALA 1:50

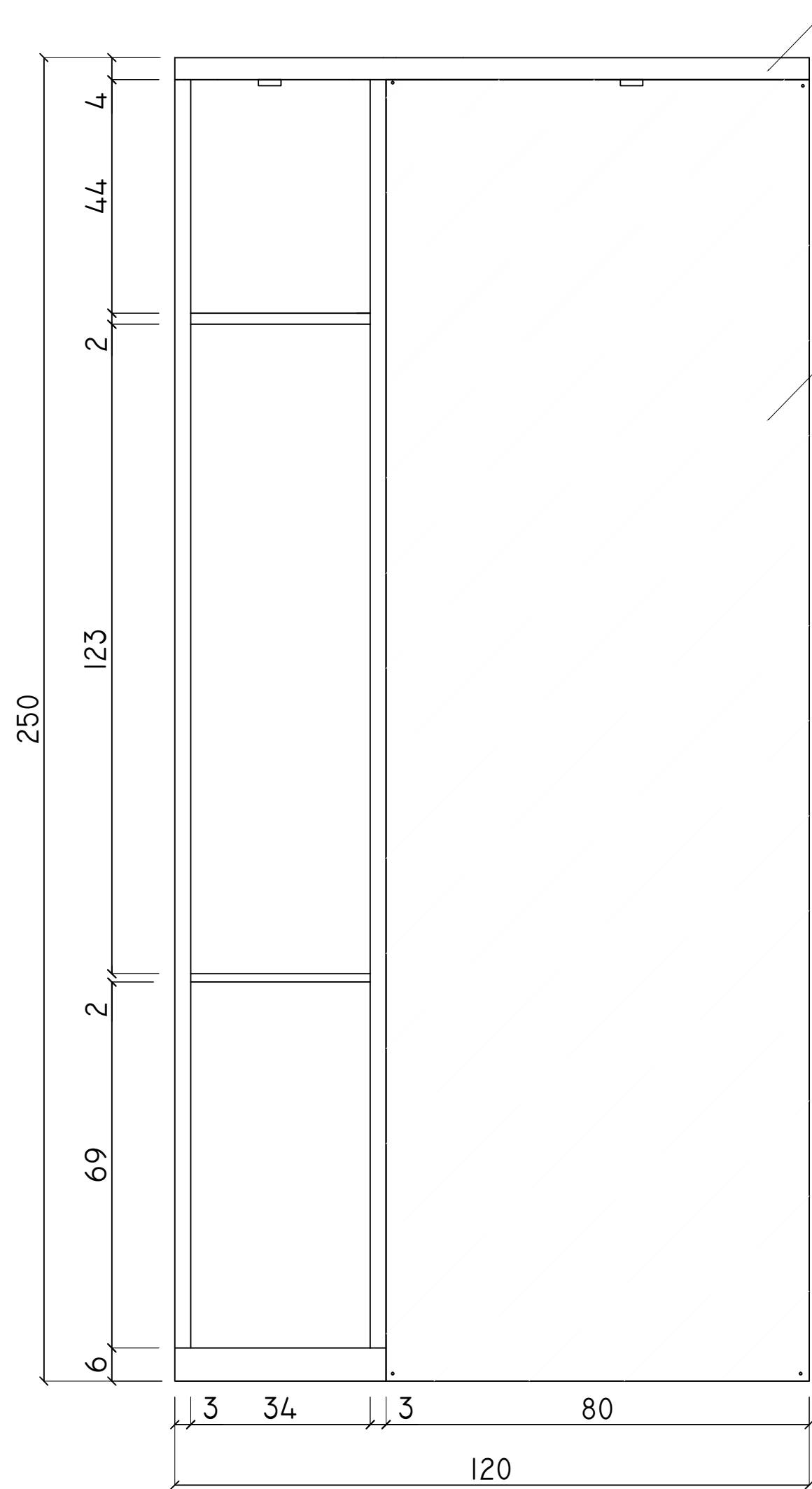


RENCANA LANTAI
SKALA 1:50

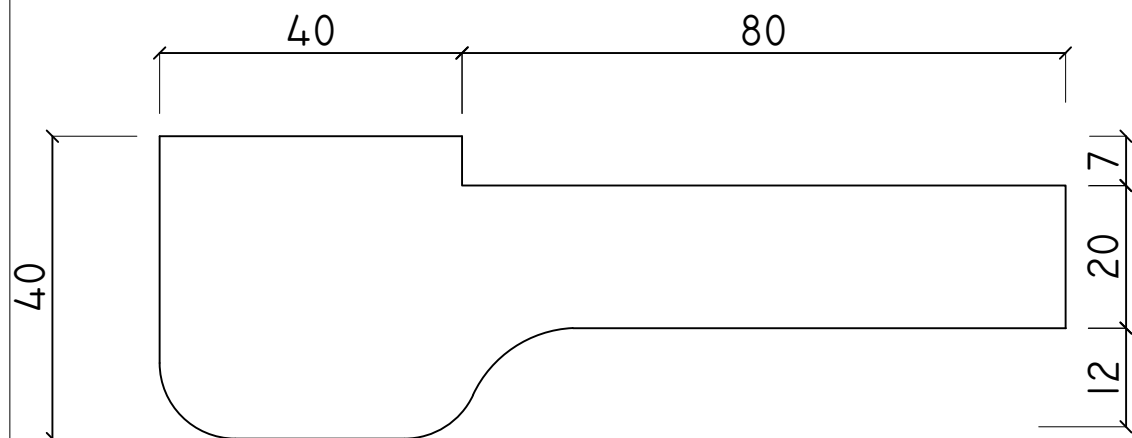
KETERANGAN	
F.1	CORNER WASHTAFEL EX. AMERICAN STANDARD
F.2	CUSTOM MADE BUILT-IN WARDROBE (40X90CM) FIN. HPL
F.3	WATER CLOSET EX. AMERICAN STANDARD
F.4	JET SHOWER EX. AMERICAN STANDARD
F.5	BACKDROP MURAL
F.6	TV BACKDROP FIN. HPL
F.7	DOUBLE BED CUSTOM MADE (180X200CM)
F.8	CUSTOM MADE AMBALAN DINDING FIN. HPL GLOSSY GREEN
F.9	COLONIAL STYLE CHAIR (50X50CM) FIN. DUCO GREEN
F.10	WALL MOUNTED MIRROR

KETERANGAN	
FF.1	MILAN PRIYANKA GREY 60X60CM
FF.2	MILAN BUENOS GRIS 40X40CM
FF.3	MILAN COTTON BONE 40X40CM

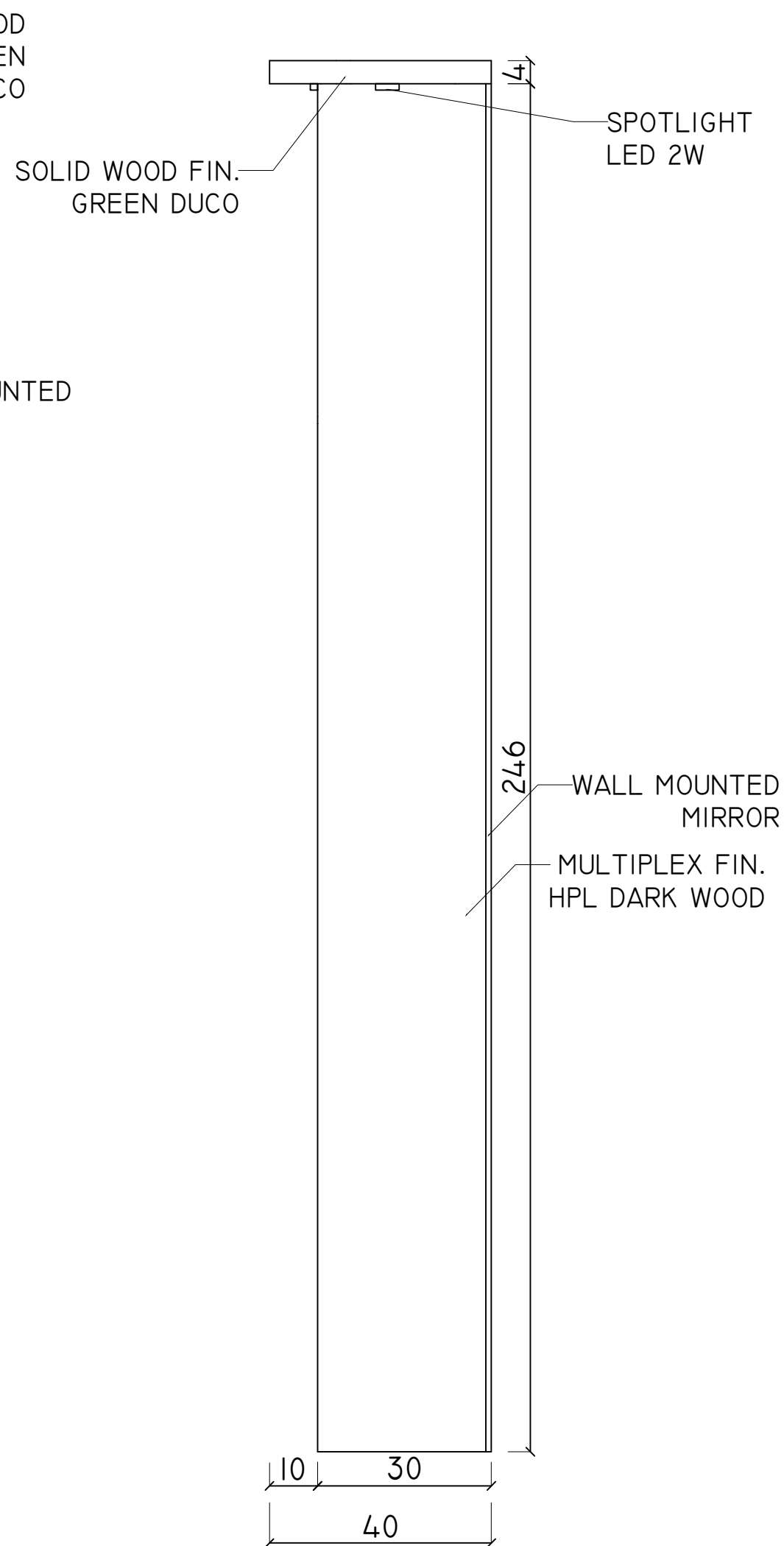
TUGAS AKHIR JURUSAN DESAIN INTERIOR FTSP-ITS	NAMA: TIARA SHARIFA	TANGGAL: -
	NRP: 3412100088	SKALA: 1:50
	DOSEN: DR. MAHENDRA WARDHANA, ST., MT.	SATUAN: CM
DESAIN INTERIOR POP! HOTEL KEMANG SEBAGAI BUDGET-BUSINESS HOTEL DENGAN TEMA OLD-BATAVIA		DENAH DAN RENCANA LANTAI R. TERPILIH 3



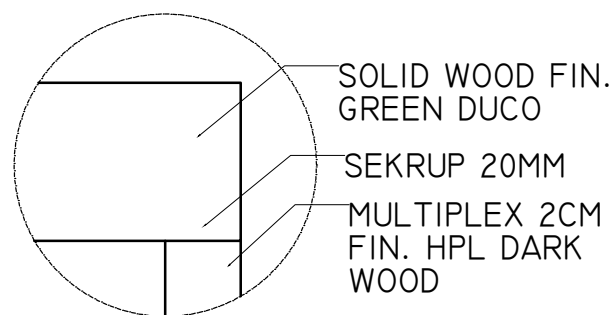
TAMPAK DEPAN
SKALA 1:10



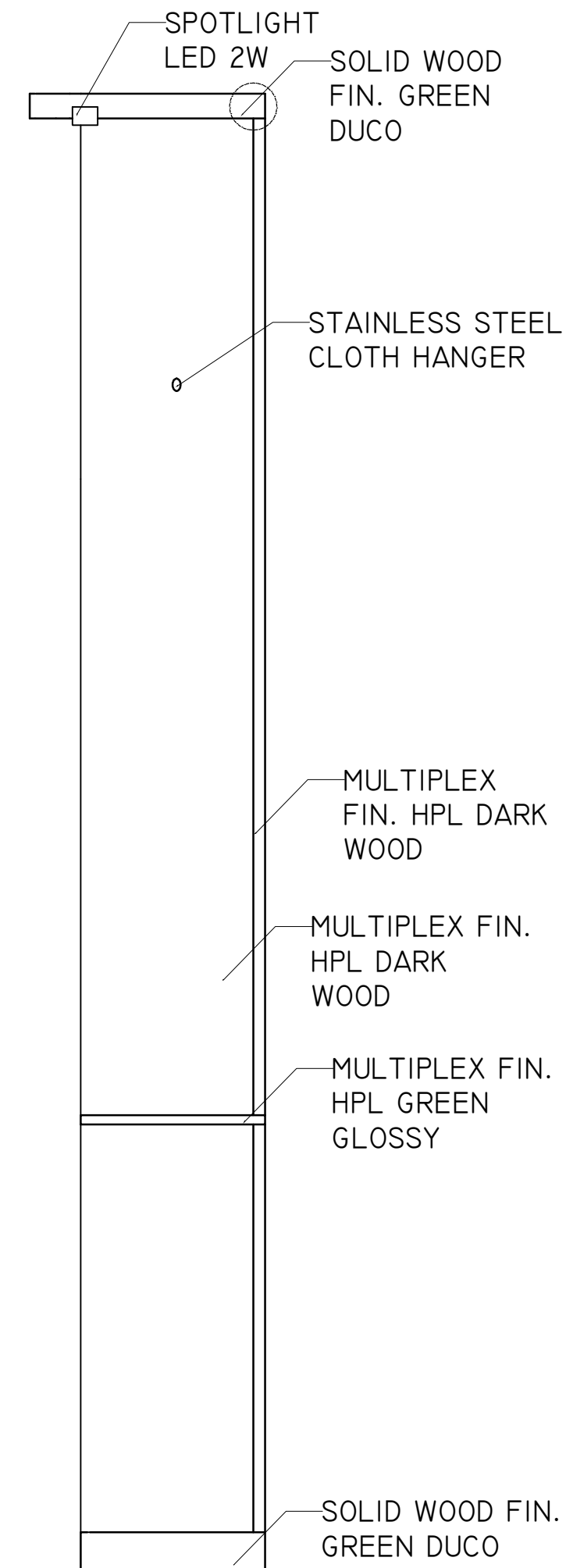
TAMPAK ATAS
SKALA 1:10



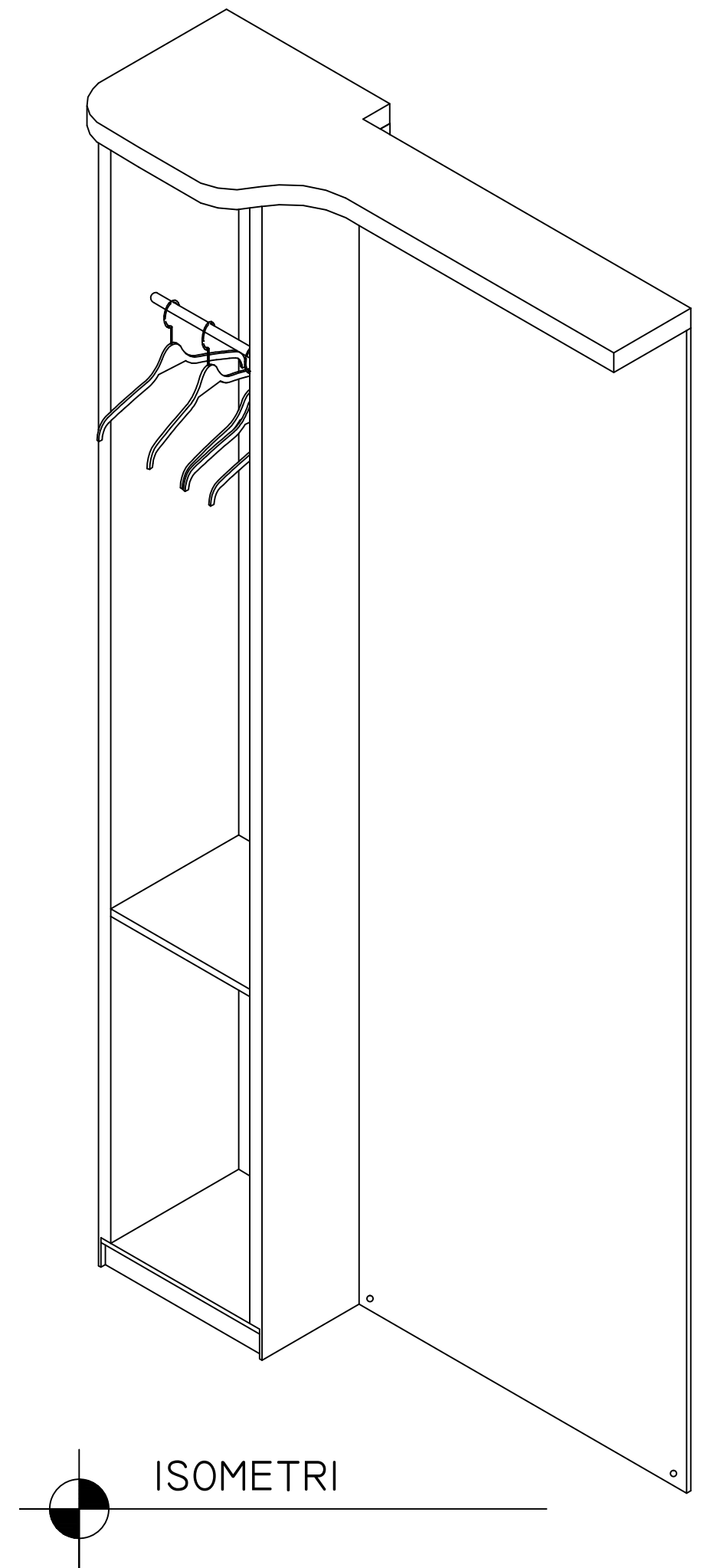
TAMPAK SAMPING
SKALA 1:10



DETAIL
SKALA 1:2



POTONGAN AA'
SKALA 1:10



ISOMETRI

TUGAS AKHIR JURUSAN DESAIN INTERIOR FTSP-ITS	NAMA: TIARA SHARIFA	TANGGAL: -
	NRP: 3412100088	SKALA: 1:10
	DOSEN: DR. MAHENDRA WARDHANA, ST., MT.	SATUAN: CM
DESAIN INTERIOR POP! HOTEL KEMANG SEBAGAI BUDGET-BUSINESS HOTEL DENGAN TEMA OLD-BATAVIA		DETAIL FURNITUR 2